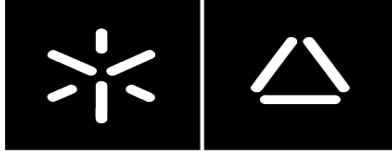




Anna Katherine Pinto Campos

**O Alvarinho como produto
impulsionador do enoturismo em
Monção**



Universidade do Minho

Instituto de Ciências Sociais

Anna Katherine Pinto Campos

O Alvarinho como produto impulsionador do enoturismo em Monção

Dissertação de Mestrado

Mestrado em Ciências Sociais

Área de Especialização em Património e Turismo Cultural

Trabalho realizado sob a orientação do

Professor Doutor José Manuel Lopes Cordeiro

Outubro 2012

Agradecimentos.

Foram alguns os obstáculos encontrados no decorrer deste trabalho, muitas vezes acompanhado pela desilusão e desânimo, outras vezes acalentado pela vontade de ultrapassar as barreiras e caminhar no sentido da concretização dos objetivos pretendidos. Neste espaço, pretendo deixar o meu sincero agradecimento a todos aqueles que me acompanharam neste percurso.

Deste modo, o primeiro agradecimento é dedicado ao meu orientador Professor Doutor José Manuel Lopes Cordeiro pela sua orientação científica, crítica construtiva, o incentivo e o apoio no desenvolvimento desta investigação.

Agradeço igualmente aos produtores pela hospitalidade e pela receptividade, aceitando responder as minhas questões, contribuindo com o seu valioso conhecimento na compreensão do assunto que nos propusemos analisar.

Ao senhor Cerqueira que nos disponibilizou informação preciosa acerca dos primórdios da comercialização do Alvarinho com a marca cepa velha.

À Dr.ª Carla Marinho pelo seu contributo na compreensão do fenómeno turístico no concelho de Monção.

A realização deste projeto não teria sido possível sem o apoio da minha família, amigos e colegas, que com o seu amor e amizade me concederam confiança e coragem para continuar.

Quero deixar um agradecimento especial aos meus amigos Luís Vieira e Neusa Amarante, por acompanharem de perto o desenvolvimento do projeto, pelas correções, conselhos mas principalmente pela camaradagem.

A todos aqueles que, embora não mencionados, contribuíram na concretização deste projeto, o meu agradecimento.

Resumo.

O presente projeto denominado: “O Alvarinho como produto impulsionador do enoturismo em Monção” realizou-se no âmbito do mestrado em Património e Turismo Cultural da Universidade do Minho, sendo orientado pelo docente Doutor José Manuel Lopes Cordeiro. O tema base desta investigação é o Alvarinho enquanto elemento patrimonial susceptível de dinamizar o turismo, nomeadamente o Enoturismo e o Turismo em Espaço Rural.

A pesquisa incidiu na determinação da importância da vitivinicultura na economia e história nacional, na importância para as comunidades, assim como, no desenvolvimento do Enoturismo na Região dos Vinhos Verdes. Analisou-se igualmente o desenvolvimento do Enoturismo em termos mundiais, europeus e nacional, tendo em conta a sua manifestação mais expressiva: as Rotas do Vinho. Avaliou-se o impacto da rota do vinho Alvarinho no concelho de Monção e as potencialidades do mesmo se afirmar como destino enoturístico.

A investigação pautou-se por uma exaustiva pesquisa bibliográfica e virtual, pela elaboração de entrevistas semi-estruturadas a produtores, proprietários de alojamentos de Turismo Rural e técnica de turismo da autarquia de Monção.

Esta investigação em sintonia com outras investigações dedicadas ao Enoturismo demonstra o crescimento deste setor em vários países exteriores à Europa, na Europa e em Portugal.

Portugal é um país com grandes potencialidades para se afirmar como destino Enoturístico. Porém apresenta algumas fragilidades enquanto produto estratégico, no que se refere à organização e operacionalidade.

No que se refere ao concelho de Monção este possui grandes potencialidades para se afirmar como destino enoturístico tendo como base o Alvarinho. Não obstante apresentar lacunas semelhantes às verificadas noutras regiões vitivinícolas do país.

Palavras-chave: Alvarinho; vitivinicultura, enoturismo, rotas de vinho, desenvolvimento local.

Abstract

This investigation is called: “O Alvarinho como produto impulsionador do enoturismo em Monção” developed under the Master of Cultural Heritage and Tourism of the Minho’s University and guided by Doctor José Manuel Lopes Cordeiro. The basic theme of this investigation is the Alvarinho wine as a cultural heritage and the way it can boost the Enotourism and the rural areas tourism.

The research focused on determining the importance of viticulture in the national economy and history; it’s importance to the communities, as well as the development of wine tourism in the Vinho Verde region. The development of wine tourism in global, european and national terms was also considered, as well as it´s most popular expression: the wine routes. The investigation was also based on the Alvarinho wine route and it´s impacts in the Monção municipality and the way it can contribute to it´s affirmation as a wine tourism destination.

The investigation was based on a exhaustive literature and virtual search; semistructured interviews to wine producers, to rural accommodations owners and the town’s tourism technique.

This study, in line with others devoted to wine tourism demonstrates the growth of this sector in several countries, outside Europe, in Europe and in Portugal.

Portugal has a big potential to establish it self as an enotouristic destiny. Although some weaknesses as a strategic product .Despite some weakness as a strategic product referring to operation and organization.

Monção gathers good conditions to assert it self as an enotouristic destiny based on the Alvarinho wine. However, having the same weaknesses of other national wine regions.

Key words: Alvarinho; viticulture; enoturismo; wine routes; local development.

Índice

Agradecimentos.	i
Resumo.	ii
Abstract.....	iii
Índice.....	iv
Índice de Ilustrações	vi
Índice de Tabelas.....	vii
Introdução.....	1
1.Objetivos do projeto de investigação	3
2.Enquadramento Teórico.....	3
2.1. Enquadramento Teórico. Património Cultural.....	4
2.2. Enquadramento Teórico. Turismo Cultural.	6
2.3. Enquadramento Teórico. Vitivinicultura.....	8
2.4. Enquadramento Teórico. Enoturismo.	13
2.5. Enquadramento Teórico. Desenvolvimento local.....	14
3.Metodologia aplicada.....	16
4. Caracterização Geral do Concelho de Monção.....	17
4.1 Caracterização administrativa e geográfica do concelho de Monção.	18
4.2 Caracterização Geológica e climática do concelho de Monção.	19
4.3 Enquadramento Histórico do concelho de Monção.	21
4.4.Monção e o Turismo.	24
5. A vitivinicultura.	26
5.1 A origem da vitivinicultura.	26
5.2 A origem da vitivinicultura em Portugal.	27
5.3 A Região demarcada dos Vinhos Verdes.	30
5.4 Monção e os vinhos, uma relação ancestral.....	34

6. O Alvarinho.....	38
6.1 A Casta Alvarinho	40
6.2 A Casta Alvarinho. Contextualização Histórica.	41
6.3 O Alvarinho. Métodos produtivos.	44
6.4 Importância económica e social da produção de Alvarinho no concelho de Monção.	49
7. O Enoturismo.	51
7.1 O Enoturista.	58
7.2 O Enoturismo no mundo.	61
7.3.O Enoturismo em Portugal.	65
8. As rotas de vinho.....	72
8.1 As rotas de vinho. Definição do conceito.	73
8.2 As rotas de vinho no mundo.....	76
8.3 As rotas de vinho portuguesas.	85
8.4 A Rota dos Vinhos Verdes.....	93
8.5 A Rota do Alvarinho.....	100
9.Potencialidades do concelho de Monção enquanto destino Enoturístico.	103
10. Considerações finais.....	107
Bibliografia:	113
Anexos.....	120

Índice de Ilustrações

Ilustração 1. Mapa da Hispânia.	9
Ilustração 2 vista geral do concelho de Monção	19
Ilustração 3. Carta Geológica..	20
Ilustração 4. Carta Hipsométrica.....	20
Ilustração 5. Desenho de Monção de Duarte D ´ armas 1509	22
Ilustração 6.Região demarcada dos Vinhos verdes	32
Ilustração 7. Localização dos Produtores de vinho Alvarinho de Monção.	39
Ilustração 8. Aderentes Monçanenses da Rota dos Vinhos Verdes	100
Ilustração 9. Aderentes Monçanenses da Rota do Alvarinho.	101

Índice de Tabelas

Tabela 1. Principais destinos Enoturísticos internacionais e suas Rotas de Vinho	84
Tabela 2. Caracterização das Rotas de Vinho portuguesas	87
Tabela 3. Os percursos temáticos das Rotas de Vinho Nacionais	89
Tabela 4. A presença das Rotas de Vinho Nacionais na internet	92
Tabela 5. Aderentes da Rota dos Vinhos Verdes do concelho de Monção. Caracterização	98

Introdução

O presente projeto denominado: “ O Alvarinho como produto impulsionador do enoturismo em Monção” realizou-se no âmbito do mestrado em Património e Turismo Cultural da Universidade do Minho, sendo orientado pelo docente Doutor José Manuel Lopes Cordeiro. O tema base desta investigação é o Alvarinho enquanto elemento patrimonial susceptível de dinamizar o turismo, nomeadamente o Enoturismo e o Turismo em Espaço Rural.

A necessidade de se elaborar este estudo passa pela importância que o Alvarinho detém enquanto recurso patrimonial e económico passível de impulsionar o desenvolvimento regional.

O principal objectivo da redação deste projeto consiste em demonstrar a importância do Alvarinho enquanto elemento patrimonial. O vinho corresponde a uma cultura milenar que integra várias dimensões do património: património paisagístico; edificado; vernacular; etnográfico; histórico e gastronómico. Tendo em consideração que a casta Alvarinho depende de três factores essenciais: o factor humano; climático e do solo. O segundo objectivo desta investigação passará por propor a transformação deste importante recurso regional num produto turístico, desenvolvendo-se o Enoturismo e o turismo em espaço rural.

Pretendemos avaliar a importância deste recurso para a comunidade local e de que forma contribuirá para o desenvolvimento do enoturismo e do turismo em espaço rural.

A metodologia aplicada para a realização deste estudo passou por uma exaustiva recolha bibliográfica e na internet e pela realização de entrevistas semiestruturadas a produtores; a proprietários de empreendimentos de turismo rural e à técnica de turismo do concelho.

Estruturalmente, este projecto encontra-se dividido entre a presente introdução, nove capítulos com os respectivos sub – capítulos, e as considerações finais.

O primeiro capítulo, dedica-se ao objeto de estudo e às questões inerentes a esta investigação. De seguida, dedica-se um capítulo ao enquadramento teórico de conceitos fundamentais a elaboração deste projecto: Património Cultural; Turismo cultural; Vitivinicultura; Enoturismo, Desenvolvimento local.

O terceiro capítulo expõe a metodologia utilizada para a elaboração do projecto.

Posteriormente, procedeu-se a caracterização geral da área de estudo, atendendo a aspetos administrativos e geográficos; geológicos e climáticos; históricos e turísticos.

O quinto capítulo é relativo à vitivinicultura, às suas origens e seu surgimento em Portugal; ao surgimento da Região Demarcada dos Vinhos Verdes e a importância desta atividade no concelho de Monção.

No capítulo seguinte é abordado o Alvarinho enquanto casta; é traçada a sua evolução histórica; os métodos produtivos inerentes e a sua importância económica e social.

O sétimo capítulo é referente ao Enoturismo, suas características e especificidades; à sua dinâmica em diferentes países quer europeus, quer extra-europeus. Aborda-se a sua dinâmica em Portugal. Procura-se igualmente traçar o perfil do enoturista e as vantagens que este setor poderá desempenhar nos destinos.

O capítulo seguinte é dedicado às rotas de vinho: à definição do conceito; ao seu enquadramento legal e de que forma os diferentes países as implementam e promovem. Também se reflete acerca das rotas de vinho portuguesas no geral e em particular da Rota dos Vinhos Verdes e a da Rota do Alvarinho.

O nono capítulo tem como objetivo determinar as potencialidades do concelho de Monção enquanto destino Enoturístico.

Por fim redigiram-se as considerações finais onde se sintetizam as principais conclusões do estudo e se apontam algumas recomendações no sentido de tornar o concelho de Monção num destino enoturístico.

O principal obstáculo na realização deste projeto deveu-se à falta de resposta de organismos fundamentais, a reter: Câmara Municipal de Monção; Turismo Porto e Norte; Rota do Alvarinho; Rota dos Vinhos Verdes; Adega Cooperativa de Monção; PROVAM. Considerámos que estes organismos teriam concedido informações pertinentes na compreensão do fenómeno Alvarinho nas suas múltiplas dimensões, económicas, sociais e culturais.

1.Objetivos do projeto de investigação

O principal objetivo deste projecto consiste em demonstrar a importância do Alvarinho enquanto elemento patrimonial, económico e social. O vinho corresponde a uma cultura milenar que integra várias dimensões do património: património paisagístico; edificado; vernacular; etnográfico; histórico e gastronómico. Tendo em consideração que a casta Alvarinho depende de três factores essenciais: o factor humano; climático e do solo.

O segundo objetivo desta investigação passará por propor a transformação deste importante recurso regional num produto turístico, desenvolvendo-se o Enoturismo no concelho de Monção.

A pesquisa pretenderá responder a três questões essenciais:

- Poderemos considerar o Alvarinho um elemento patrimonial?
- Qual a importância deste recurso para a comunidade local?
- Poderá o Alvarinho dinamizar o Enoturismo e o Turismo em espaço rural no concelho de Monção?

A pertinência deste projeto de investigação prende-se ao facto de se considerar o Alvarinho como parte integrante do património cultural do concelho de Monção e por se ter a capacidade de se converter num importante motor económico do concelho.

No Capítulo seguinte iremos proceder ao enquadramento teórico que configurou a nossa investigação.

2.Enquadramento Teórico.

O enquadramento teórico do presente projeto relaciona-se com autores que assentam a sua atividade de investigação, em questões relacionadas com os seguintes conceitos chaves: Património Cultural; Turismo cultural; Vitivinicultura; Enoturismo, Desenvolvimento local.

2.1. Enquadramento Teórico. Património Cultural.

O conceito do Património Cultural é abrangente ambíguo e as suas fronteiras não são estanques englobando todas as formas de ser e fazer humanos.

No dicionário universal da língua portuguesa o vocábulo património é definido como: " herança paterna; bens de família; bens necessários para ordenar um eclesiástico; dote dos ordinados; propriedade". Já o termo cultura derivado do latim *cultura* é definido como: " ato, efeito de cultivar " este dicionário indica-nos igualmente que também deriva do alemão *Kultur* significando: " desenvolvimento intelectual, saber; utilização industrial de certos produtos naturais; estudo; elegância; esmero; conjunto de padrões de comportamento, das crenças, das instituições e de outros valores morais e materiais, característicos de uma sociedade, civilização". Na enciclopédia luso- brasileira da cultura, volume 6, a cultura é definida como: " palavra latina *cultura* com a mesma raiz de *cultus* (cultivo e culto), do verbo " *colo, is,are*", aplicado a domínios tão diversos como os campos (*colere agros*), as letras (*litteras*) e a amizade (*amicitiam*)"

Refere ainda, que: " cultura é a ação que o Homem realiza quer sobre o seu meio quer sobre si mesmo, visando uma transformação para melhor".

Efetivamente, o património cultural corresponde a uma herança que pretendemos legar às gerações vindouras, corresponde aquilo que considerámos digno de ser transmitido.

Segundo José Amado Mendes: " A forma como determinada sociedade encara o seu património, ou dito de outra maneira, os seus bens culturais, reflete muito da respetiva ideologia e mentalidades predominantes" (MENDES 2000: 198). Efetivamente, verifica-se que o conceito de património se alterou, e altera segundo diferentes contextos históricos.

O património é sempre uma "construção social, ou seja, é um conceito que se amplia, que se restringe, segundo as épocas, as necessidades e os interesses. Aquilo que se considera ou não património, depende do que cada geração, ou cada contexto social e cultural, julgam ser digno de ser transmitido às gerações vindouras (PEREZ JUEZ GIL, A 2006, p.15).

Historicamente a primeira característica do património foi a de objeto ou construção esteticamente Bela. De facto, no Renascimento assistimos à admiração pelo legado greco-

romano, aquele património que se destacava pela monumentalidade, valor estético, carácter bélico e/ou religioso.

No século XIX assistimos a um alargamento do conceito, destacando-se a posição de Alexandre Herculano que afirma o seguinte: “ importa a arte, as recordações, a memória de nossos pais, a conservação de coisas cuja perda é irremediável, a glória nacional, o passado e o futuro” (citado por MENDES 2000: 199).

Na atualidade integra todas as dimensões da atividade humana, integrando a dimensão tangível e intangível. Desta forma, considerámos que o Alvarinho é parte integrante do património cultural da sub região de Monção e Melgaço, pois engloba um conjunto de técnicas produtivas, uma paisagem, arquitetura vernacular, tradições, uma história e está intimamente ligada a gastronomia.

São vários os autores que se debruçam sobre a temática do património cultural. Porém destacámos os seguintes títulos, por os considerarmos excelentes manuais para a compreensão do conceito e das suas dinâmicas e por clarificar o enquadramento legal do conceito, tanto a nível nacional, europeu e mundial.

- ALARCÃO, J. (1998), *Introdução ao Estudo da História e Patrimónios Locais*. Coimbra, Instituto de Arqueologia da Faculdade de Letras da Univ. de Coimbra, 2ª ed.
- BALLART, J. (1997), *El Patrimonio Historico y Arqueológico: Valor y Uso*. Barcelona, Ed. Ariel.
- BALLART, J. e JUAN- TRESSERRAS, J. (2005), *Gestión del Patrimonio Cultural*. Barcelona, Ed. Ariel, 2ª ed.
- CHOAY, Françoise (1999), *A Alegoria do Património*. Lisboa, Ed. 70;
- MENDES, JOSÉ M. AMADO (2000): “ Uma nova perspetiva sobre o património cultural: preservação e requalificação de instalações industriais”, *Gestão e Desenvolvimento*, nº 9, p. 197-212.
- PÉREZ JUEZ GIL, A (2006): *Gestión del Patrimonio Arqueológico: El yacimiento como recurso turístico*. Ariel. Barcelona.

A consulta das obras supracitadas é fundamental na compreensão de um conceito em constante mutação, pois indicam-nos a forma como deveremos perspetivar o património cultural e as problemáticas a ele inerentes.

2.2. Enquadramento Teórico. Turismo Cultural.

O Turismo corresponde a uma das indústrias mais florescentes em termos mundiais. Podemos definir esta atividade como o movimento temporário de pessoas para destinos fora dos seus locais habituais de trabalho e residência.¹ Na Enciclopédia luso brasileira da Cultura, volume 18, o turismo é considerado como: “ derivado do inglês *turn* (até meados do século XVIII: *to take a turn*) ou *tour* (depois daquela data: *to make a tour*). Segundo A.Haulot poderia ter origem na palavra *tur* do hebreu antigo, que correspondia a viagem de descoberta, reconhecimento ou exploração. É a tendência do homem para viajar com o objetivo de distrair e instruir o seu espírito. Pode definir-se o turismo como o conjunto de atividades e relações que os turistas produzem em consequência das suas viagens”.

Relativamente ao Turismo Cultural é entendido “como aquele tipo de turismo que possui conotação restritiva e abrange exclusivamente as atividades que se efetuam através de deslocamentos para a satisfação de objetivos de encontro com emoções artísticas, científicas, de formação e informação nos diversos ramos existentes, em decorrência das próprias riquezas da inteligência e da criatividade do homem”. (ANDRADE 1997, 71 cit. Por GOULART e SANTOS 1998:).

Pode-se situar a origem da relação turismo e cultura no *grand tour* europeu, quando os aristocratas e mais tarde a burguesia viajavam principalmente para contemplar monumentos, ruínas e obras de arte dos antigos gregos e romanos (AMARAL, MOESCH E FRANÇA, 2006: 9).

Da época moderna até a atualidade, a cultura continuou a ser uma das principais razões para a viagem. Porém, com o tempo, a forma como os inúmeros turistas visitam atrativos turísticos culturais modificou-se. A própria noção de cultura anteriormente ligada à ideia de civilização

¹ Apontamentos da unidade curricular “ Património e sociedade”.

ampliou-se e passou a incluir todas as formas de ser e fazer humanos. Dessa forma, entende-se que todos os povos são detentores de cultura. Esta é definida como “a totalidade ou o conjunto da produção, de todo o fazer humano de uma sociedade, suas formas de expressão e modos de vida (idem, ibidem: 9).

Na década de 60 e seguintes, o turismo passou a ser apontado como alternativa para o desenvolvimento mundial. No entanto, o modo como a atividade turística foi implementada em muitos lugares revelou-se prejudicial ao património cultural ou ineficaz como estratégia de promoção, quer pela falta de recursos humanos especializados, pela visita em massa aos sítios, pelo desrespeito em relação à identidade cultural local, pela imposição de novos padrões culturais, especialmente em pequenas comunidades, quer pelo despreparo do próprio turista para a experiência turística cultural.

Esta situação levou à necessidade de se implementar ações conjuntas, planeadas e geridas entre as áreas de turismo e de cultura, e de se contemplar o respeito à identidade cultural e à memória das comunidades na atividade turística. O património cultural, mais do que atrativo turístico, é fator de identidade cultural e de memória das comunidades, fonte que as remete a uma cultura partilhada, a experiências vividas, a sua identidade cultural e, como tal, deve ser respeitado.

A opção pelo desenvolvimento turístico deve ter em consideração a manutenção do património, assim como, da valorização das identidades culturais locais. O uso turístico deve sempre atuar no sentido do fortalecimento das culturas. Assim, a atividade turística é incentivada como estratégia de preservação do património, em função da promoção de seu valor económico. Praticando esses pressupostos, algumas iniciativas de implementação de políticas públicas de turismo têm despertado o sentimento de orgulho nas comunidades em relação à sua identidade cultural. Práticas culturais, antes esquecidas, vêm sendo resgatadas e o património preservado, mesmo face às influências da globalização e da tendência à padronização de expressões, bens e serviços culturais e turísticos (idem, ibidem: 9,10).

Pode-se dizer que a relação cultura e turismo fundamenta-se em dois pilares: o primeiro é a existência de pessoas motivadas em conhecer culturas diversas e o segundo é a possibilidade do

turismo servir como instrumento de valorização da identidade cultural, da preservação e conservação do património, e da promoção económica de bens culturais.

Sobre esta temática destacam-se as seguintes obras:

- AMARAL, Carmélia; MOESCH, Norma Martini E FRANÇA, Rosana (2006): *Turismo Cultural: Orientações básicas*, Ministério do Turismo. Brasília. Disponível em: <http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/tu000019.pdf>
- GOULART, Marilandi e SANTOS, Roselys Izabel C. (1998): “ Uma Abordagem histórico - cultural do turismo”, *turismo, visão e ação*, v.1, nº1. Brasil. Disponível em: <http://www6.univali.br/seer/index.php/rtva/article/view/1388>
- IZQUIERDO, C.C., (2004); *Marketing del Patrimonio cultural*. ESIC.Madrid.
- PÉREZ, Xerardo Pereiro (2009): “ Turismo cultural. Uma visão antropológica.”, *Pasos Revista de património e turismo Cultural* , nº2. Tenerife. Disponível em: http://www.pasosonline.org/Paginas/e-book_2.htm

A consulta destas obras permite compreender o fenómeno da atividade turística cultural do ponto de vista histórico, buscando as suas raízes, a sua origem; do ponto de vista antropológico visando entender as motivações, ambições e desejos de quem pratica esta forma de turismo, mas também através de uma perspetiva sociológica e económica, demonstrando os impactos desta atividade na sociedade e na economia.

2.3. Enquadramento Teórico. Vitivinicultura.

Portugal corresponde a um país de longa tradição vinícola. Tradição, esta de notável importância na agricultura, economia e sociedade portuguesa. O dicionário universal da língua Portuguesa (2000: 1459) indica-nos que o vocábulo viticultura deriva do latim (*vinu + cultura*) significando: “ Fabrico de vinho”. Quanto ao termo vinho provem do latim *vinu* correspondendo a: “ líquido alcoólico produzido pela fermentação do sumo de uvas”. Na Enciclopédia luso brasileira da cultura, volume 18, o vinho é: “ líquido resultante da fermentação alcoólica total ou parcial de uvas frescas ou do seu mosto e produzidos segundo os procedimentos técnicos admitidos por lei.”

Por outro lado, na História Universal do vinho (JOHNSON, Hugh: 1999) o vinho é definido como: “solução aquosa de etanol que contém maiores ou menores quantidades de vestígios de açúcares, ácidos, lactatos e outras substâncias ocorrentes no sumo de uva ou dele derivados por fermentação”. O etanol corresponde ao seu principal componente ativo.

O vinho e as suas técnicas de produção devem ter sido introduzidas no mundo romano aquando dos primeiros contactos com o chamado mundo “orientalizante”.

Na Hispânia, no período tardo – republicano, a extensão e exploração da vinha concentrar-se-ia nas áreas mais desenvolvidas de um ponto de vista agrícola, ou seja, a região da Bética e a Costa da Tarraconense .

Nos inícios do alto império a vinha consistiria uma base agrícola fundamental para muitas explorações rurais.

A Bética, o este da Meseta Setentrional, a Estremadura e sul de Portugal constituíam as três grandes áreas de produção.



Ilustração 1. Mapa da Hispânia. Fonte: celtiberia.net

Quanto ao Noroeste Peninsular pouco se sabe da cultura e difusão da vinha no noroeste peninsular apesar do estudo de arqueometria realizada pela Universidade de Santiago (Dopazo Martínez; Fernández Rodríguez e Ramil-Rego, 1996, cit. por Morais, 1998). Embora este estudo recue ao final do terciário, a presença da videira como planta silvestre, também indica que o

cultivo da vinha quase não se documenta nesta região em época romana, face à sua escassa presença nas amostras antracológicas e nos diagramas palinológicos.

Contudo são conhecidas algumas evidências arqueológicas da existência de lagares e lagaretas escavadas na rocha, no interior ou nas imediações de algumas estações arqueológicas, embora se possa duvidar da sua cronologia (serão mesmo romanos ou já da antiguidade tardia ou mesmo da alta idade média?).

Segundo Sande Lemos, no seu estudo sobre Trás – os – Montes Oriental (1993) admite o cultivo generalizado da oliveira e do vinho, uma vez que, a policultura se estendeu ao Noroeste no século I d.C.

De facto, não há indícios da cultura da videira em contextos anteriores à chegada dos romanos (Morais, 1998: 28-29).

O setor vitivinícola viria a tornar-se um dos setores mais dinâmicos da economia portuguesa oitocentista. A cultura da vinha expandia-se consideravelmente por todo o país e em finais do século ocuparia entre 10% e 15% da área cultivada e produziria um rendimento bruto superior a 36 000 contos. O vinho representava cerca de 50% das receitas do comércio externo português e cobria à volta de 30% das importações. Neste cenário destacava-se o vinho do Porto, pois o Douro constituía a principal região vinícola. (MARTINS 1996: 413).

Porém a vitivinicultura portuguesa registou uma evolução tecnológica lenta produzindo durante muito tempo poucos vinhos de alta qualidade.

Nas últimas duas décadas, como consequência do importante desenvolvimento económico, político e social do país, a vitivinicultura portuguesa experimentou grande evolução, particularmente no campo tecnológico. Facto importante é que essa modernização foi realizada sem descartar os aspetos tradicionais positivos, como, por exemplo, a utilização de variedades de uvas autóctones e tradicionais. Com ajuda da tecnologia, essas castas, que antes originavam vinhos de qualidade inferior, passaram a dar grandes vinhos, aperfeiçoando suas características ímpares².

² <http://www.buritibrasil.com/ccv/portugal-regioes-vincolas-e-seus-vinhos.pdf>

Portugal enfrenta a globalização de estilos e preferências de consumo, investindo na preservação das características e tradições dos bons vinhos portugueses. O vinho português tem procurado distinguir-se pela qualidade e visibilidade internacional, conquistando uma posição merecida pela qualidade e diversidade.

Para o conhecimento da atividade vitivinícola a literatura, é tal como sucede com os demais temas base deste projeto abundante. A comissão de viticultura da região dos vinhos verdes, aquando da comemoração dos 100 anos publicou um catálogo institucional onde se aborda de forma rigorosa e completa os antecedentes da cultura da vinha, a sua geografia e a sua história agrícola, económica, política e social.

Relativamente à análise da vitivinicultura nacional, nomeadamente a Duriense, na perspetiva da história económica, salientámos a investigação desenvolvida pela Conceição Andrade Martins.

Quanto à vitivinicultura enquanto atividade económica, destacamos entre outros, a análise efetuada por Orlando Simões. O investigador dá-nos a conhecer a evolução do setor (produção, circulação e consumo), a sua competitividade e o seu posicionamento em termos europeus e internacionais.

Nomeadamente ao conhecimento da Região demarcada dos Vinhos Verdes, a sua origem, composição e especificidades para além da obra supracitada da autoria da Comissão Vitivinícola da região dos vinhos Verdes, realçamos o trabalho desenvolvido por Helder Marques em trabalho desenvolvido para tese de mestrado em geografia humana apresentada a faculdade de letras da universidade de Coimbra em dezembro de 1985.

Todavia em relação a Monção e a sua produção vitivinícola a literatura científica não é abundante e piora no que se refere ao Alvarinho. Não obstante, possuímos a valiosa análise de Viriato Capela no que respeita a economia monçanense, particularmente na produção de vinhos e do papel desempenhados pelo poder local, assim como, a análise realizada por Miguel Sopas de Melo Bandejas, no que se refere à transformação da paisagem nesta região minhota.

Posto isto, destacámos os seguintes títulos para a compreensão da atividade vitivinícola.

- Bandeira, Miguel Sopas de Melo (1994): “ A vinha e o vinho, património paisagístico do Minho: a Transformação da paisagem noroestina com a reestruturação - reconversão da vinha” in separata da *Minia*, 3ª série, ano 2, ASPA, Braga.
- CAPELA, José Viriato (2003): *Monção nas memórias paroquiais de 1758*, Casa Museu de Monção. Monção.
- Machado, José Cerqueira (1962): *A fama dos vinhos de Monção e a tradição do comércio inglês*, separata das jornadas vitivinícolas IV vol, comissão de viticultura da Região dos Vinhos Verdes. Porto.
- MARQUES, Helder (1987): “ Região demarcada de vinhos verdes” in *revista da faculdade de letras- geografia*, I série, vol.III. Porto.
- MARTINS, Conceição Andrade (1991): “ A Filoxera na viticultura nacional”, in *Análise social*, nº 112-113. Lisboa.
- MARTINS, Conceição Andrade (1996): “A intervenção política dos vinhateiros no século XIX” in *Análise social*, nº 136-137. Lisboa.
- MARTINS, Conceição Andrade (1998): *Vinha, vinho e política vinícola em Portugal. Do Pombalismo à Regeneração*. 3 vol., Évora.
- MARTINS, Conceição Andrade (2003): “o tratado de Methuen e o crescimento do comércio vinícola português na 1ª metade de setecentos”, in Cardoso, José Luís et alia: *O tratado de Methuen (1703), diplomacia, guerra, política e economia*, livros horizonte. Lisboa
- REIS, José Luís; OSÓRIO, Conceição; Bastos, Joana (2002): *Catálogo de marcas de marcas da região dos vinhos verdes. A região demarcada de vinhos verdes um século de história*. Comissão de Viticultura da Região dos Vinhos Verdes. Porto.
- SIMÕES, Orlando: “ A regulação do mercado de vinho em Portugal: uma análise de longo prazo” comunicação apresentada no V colóquio Hispano – Português de Estudos rurais realizada em Bragança a 23 e 24 de outubro de 2003.

2.4. Enquadramento Teórico. Enoturismo.

O Enoturismo corresponde a uma atividade económica e turística recente e complexa uma vez que é composta por duas indústrias preponderantes na economia nacional: a vitivinicultura e o turismo.

Corresponde a um setor de atividade que tem merecido a atenção de vários investigadores de diversas áreas, nomeadamente da Geografia, Economia, História e Antropologia, entre outros.

Na Grande Enciclopédia Portuguesa e Brasileira da Cultura encontramos a seguinte definição de Eno: “ pref. que entra em palavra científicas e significa vinho: enólogo. Enologia”. Indica-nos igualmente que deriva da palavra grega *oinos*.

O enoturismo corresponde ao turismo ligado ao tema da vinha e do vinho, é um setor relativamente jovem com grandes possibilidades de crescimento e que permitirá, a médio e a longo prazo, ter sustentabilidade e rentabilidade (HALL E MACIONIS 1998, cit por COSTA e KASTENHOLZ, 2009, 1493). Portugal corresponde a um país com grande tradição vitivinícola e este setor da atividade assume grande importância para a economia nacional. O turismo de Portugal através de um estudo realizado em 2006 determinou o Enoturismo como um dos 10 produtos estratégicos para o desenvolvimento do turismo em Portugal. Este segmento do turismo poderá contribuir para aumentar as exportações do vinho, educar os consumidores, fidelizar os visitantes para regressarem novamente e contribuir para uma boa imagem e publicidade dos vinhos da região. A visita a uma região vitivinícola poderá ser motivada pelo vinho (compra e prova), pelo desejo em aprender mais sobre o vinho, pela paisagem ou pela boa imagem dos vinhos de determinada região (idem, ibidem: 1495).

Posto isto, considerámos que o desenvolvimento do Enoturismo no concelho de Monção, seria benéfico para a população local, permitindo a criação de postos de trabalho e permitindo a venda direta de vinho por parte dos produtores locais.

Para o conhecimento do setor enoturístico foi imprescindível a consulta dos trabalhos realizados por A. Costa mas também por Kastenholtz que nos caracterizam o setor, as suas vicissitudes e dinâmicas, destacam as suas potencialidades enquanto dinamizadores da economia local e regional.

Da perspetiva da Gestão e economia foi imprescindível a consulta da tese de doutoramento realizada por José Miguel da Silva Brás apresentada em 2010 à Universidade de Aveiro que se denomina “As Rotas de Vinho como elementos de desenvolvimento económico”. A partir da consulta desta tese conseguimos perspetivar os impactes económicos do setor enoturístico nos territórios, na forma como o desenvolvimento desta atividade poderá dinamizar e motivar o desenvolvimento de outras atividades económicas.

Apesar deste segmento turístico ser relativamente recente já se produziu extensa bibliografia, seleccionámos os seguintes:

- BRÁS, José Miguel da Silva: “ As rotas de vinho como elementos de desenvolvimento económico.” Tese de doutoramento apresentada à universidade de Aveiro.
- COSTA, A (2003); “ O Enoturismo em Portugal: o caso das rotas do vinho”, 3ª Jornadas ibéricas de Turismo, Escola Superior de Educação de Coimbra, Coimbra.
- COSTA, A ; DOLGNER,R. (2003): “ O enquadramento legal do Enoturismo”, 1º encontro do Turismo em Espaço Rurais e Naturais, Escola Superior Agrária de Coimbra. Coimbra.
- COSTA, A; KASTENHOLZ, E (2009): “ O Enoturismo como fator de desenvolvimento das regiões mais desfavorecidas”, 1º congresso de desenvolvimento regional de Cabo Verde.
- GILBERT, D (1992); “ Touristic development of a viticultural region of Spain”, International Journal of wine Marketing
- KASTENHOLZ, E (2002); “ O papel da imagem do destino no comportamento do turista e implicações em termos de Marketing: o caso do Norte de Portugal”, Tese de Doutoramento, Universidade de Aveiro.

2.5. Enquadramento Teórico. Desenvolvimento local.

A noção de Desenvolvimento é definida no Dicionário Universal como: “ ato ou efeito de desenvolver; crescimento; propagação; cultura intelectual; civilização; educação; progresso; incremento; prolongamento; amplitude; vastidão e minuciosidade.”

O desenvolvimento local implica um conhecimento o mais profundo possível da realidade desse território, por outro lado, desenvolver impõe um aproveitamento racional dos recursos.

A realidade de um território assenta em vários aspetos:

- Económicos (perspetiva económica),
- Demográficos (perspetiva demográfica),
- Sociais (perspetiva social),
- Culturais (perspetiva cultural),
- Ambientais (perspetiva ambiental)
- Turísticos (perspetiva turística)

Todos estes aspetos deverão ser tidos em consideração, visando o aproveitamento racional dos recursos.

O desenvolvimento do turismo apenas será viável se, por um lado, existirem valores locais suficientemente capazes de garantir uma vocação turística; se por outro, existir um conhecimento pleno desses valores que constitui a realidade do destino; e se, por último, esses valores forem convenientemente preservados e utilizados (Rodrigues 2002).

O turismo só é sustentável se se traduzir no desenvolvimento económico e social do território, logo é necessário o diálogo entre todos os agentes implicados no processo de planeamento em prole do benefício comum.

Considerámos que as políticas deverão ser orientadas numa perspetiva de equilíbrio entre o turismo cultural e o património cultural.

O desenvolvimento do Turismo Cultural a nível local permite regenerar e revitalizar os municípios, não só a nível económico mas também no que se refere à paisagem, a preservação do património cultural e histórico. Permite ainda o desenvolvimento e a revitalização de identidades culturais, a redescoberta das tradições, a auto consciência local face aos visitantes,

a revitalização do sentido identitário, a proteção das “back regions”, o desenvolvimento económico de regiões em crise.

Neste sentido, sendo o Alvarinho uma casta única, resultado não só das influências climáticas, do solo mas principalmente da ação humana, se devidamente articulado com outros recursos do concelho Monçanense, poderá efetivamente converter-se num motor de desenvolvimento local.

Para a compreensão do conceito de desenvolvimento local e regional e das medidas que deverão ser realizadas para o dinamizar, considerámos fundamentais os trabalhos realizados por Luís Ferreira destacando a importância do planeamento turístico no desenvolvimento sustentável das comunidades. Julgámos, igualmente conveniente salientar o trabalho realizado por Maria Encarnación Andrés no que diz respeito às políticas locais e municipais a ser adotadas visando a dinamização turística.

Para a compreensão do conceito e dinâmicas do desenvolvimento local e regional destacámos os seguintes títulos:

- ANDRÉ, Maria Encarnación (2006): “Políticas locales de dinamización turística y grandes atractivos culturales. El caso de Figueres”, IN SENTIAS, Josep Font (coord.) *Casos de turismo cultural: de la planificación estratégica a la Gestión del producto*. Espanha.
- FERREIRA, Luís (2007): “ Os impactos do turismo”, *workingpaper 3*.ISCET.
- FERREIRA, Luís; COSTA, Jorge e GOMES (s.d): “ Planeamento em Turismo”, *Tekné – Revista de Estudos Politécnicos*. IPCA.
- RODRIGUES, Ana Isabel (2002): “A engenharia turística como fator de desenvolvimento regional: alguns conceitos e aplicações.” *Comunicação apresentada no IX Encontro Nacional da APDR Lisboa*. Disponível em: <http://www.estig.ipbeja.pt/~aibpr/Ensino/EngDesenvTur/MaterialdeApoio/Grupo9/ComunicacaoAPDR.pdf>

3. Metodologia aplicada.

A metodologia a utilizar neste estudo passou pela exaustiva recolha bibliográfica, tentando conhecer em pormenor a realidade vitivinícola, a casta Alvarinho e a fertilidade agrícola da região

demarcada. Para além disso, permitiu-nos entender o setor enoturístico e as suas potencialidades económicas, sociais e culturais.

Aliada a pesquisa bibliográfica realizaram-se consultas na internet e a diversos periódicos.

Com o intuito de completar a informação recolhida pela pesquisa bibliográfica e virtual, elaboraram-se entrevistas a produtores; ao representante da Adega Cooperativa de Monção, ao presidente da Câmara do concelho, à responsável pela gestão turística do concelho e a proprietários de casas de turismo rural. Foi-nos igualmente possível contar com a valiosa contribuição de João Abel Cerqueira, filho de Manuel Cerqueira sócio - fundador da empresa Vinhos de Monção, Lda, responsável pela produção da marca Cepa Velha, a primeira marca de Vinho Alvarinho.

Estas entrevistas permitiram conhecer os primórdios da produção do Alvarinho, os mecanismos associados à sua produção, tanto no presente como no passado, mas também a sua dinâmica económica para a região.

Por outro lado, conseguimos caracterizar, embora elementarmente, o concelho de Monção da perspectiva turística identificando pontos positivos e negativos.

Por fim, a nossa investigação contemplou trabalho de campo, visitando quintas, plantações, adegas, assim como, o Paço do Alvarinho em Monção e o Solar do Alvarinho em Melgaço.

Pretendemos através destes métodos recolher o máximo de informação relativo ao tema que nos propusemos analisar.

4. Caracterização Geral do Concelho de Monção.

Pretendemos com a elaboração deste capítulo reunir um conjunto de informações, consideradas pertinentes, na compreensão da nossa área de estudo que corresponde ao concelho de Monção. Assim iremos proceder a uma caracterização administrativa e geográfica; climática, histórica e turística. Esta caracterização elaborou-se com recurso a Bibliografia conciliada com informações disponíveis no sítio Web da autarquia.

4.1 Caracterização administrativa e geográfica do concelho de Monção.

Monção corresponde a um município com 211,51 km² de área e subdividido em 33 freguesias. O município é limitado a norte pela Espanha, a leste pelo município de Melgaço, a sul por Arcos de Valdevez, a sudoeste por Paredes de Coura e a oeste por Valença (ver ilustração 2). Administrativamente pertence ao distrito de Viana do Castelo.

Ao nível das principais atividades económicas do concelho destacam-se: a agricultura, pecuária, vinicultura, indústria, comércio, construção civil e serviços.

A nível de acessibilidades a rede viária do Concelho de Monção é relativamente suficiente para irrigar os principais povoamentos concelhios, não obstante o seu povoamento disperso, proporcionando boas acessibilidades e consequentemente, tornando-se mais fácil comunicar, comercializar e distribuir.

É fundamental considerar que Monção, apesar de ser alvo de inúmeras debilidades resultantes do facto de ser um concelho fronteiriço, no que respeita às acessibilidades rodoviárias, tem conseguido superar todos os eventuais problemas, apresentando, para além uma relativa densidade de vias de comunicação municipais, um conjunto de estradas nacionais que fazem o seu perfeito enquadramento às diferentes escalas territoriais³.

Posto isto, iremos de seguida, enquadrar o concelho do ponto de vista geológico e climático, uma vez que, o solo e o clima são fundamentais na compreensão do “Terroir”.

³ http://www.cm-moncao.pt/portal/page/moncao/portal_municipal/SERVICOS_MUNICIPAIS/planeamento_ordenamento/PDM/06.%20Rede%20Viaria%20e%20Transportes.pdf



Ilustração 2 vista geral do concelho de Monção

4.2 Caracterização Geológica e climática do concelho de Monção.

O concelho de Monção insere-se geograficamente na região do Alto Minho. Esta região caracteriza-se por uma maior altimetria média e por uma planície mais estreita que o baixo Minho. Por outro lado apresenta uma precipitação anual total mais elevada e também distribuída, em média, por um maior número de dias do ano que a área meridional. Esta região possui duas grandes bacias hidrográficas o Minho e o Lima (ALMEIDA, 1987: 12-13).

Relativamente ao clima, caracteriza-se por um verão fresco com inverno moderado na faixa litoral, influenciados fortemente pela proximidade do mar; por um verão quente e inverno fresco ao longo dos vales do rio Minho e lima e seus afluentes, graças ao abrigo do relevo montanhoso; e por, um verão fresco e inverno frio e muito frio, no cimo das montanhas interiores, marcados pela elevada altitude. O clima do Minho é fortemente dominado por fenómenos de condensação, como os nevoeiros e a nebulosidade. (idem, ibidem: 14-15).

O concelho não sofre a influência atlântica devido ao facto de ser cortada a sul pela cadeia montanhosa do vale do Minho que juntamente com os alinhamentos da Serra da Galiza a norte permite a existência de um microclima. Este microclima caracteriza-se por um clima tipo continental, com Invernos frios e chuvosos e um verão quente e seco. A presença de um conjunto significativo de superfícies de água (Rio Minho e principais afluentes) induz uma regulação das temperaturas, o que faz com que as amplitudes térmicas sejam diminutas.

Caracterizemos agora o solo, elemento fundamental no carácter da vinha e no perfil do vinho.

Monção insere-se no maciço Hespérico uma grande unidade que ocupa a parte central e ocidental da Península Ibérica e que se caracteriza por, desde o Paleozoico, sofrer enormes fenómenos erosivos. O Maciço é constituído por formações antigas – precâmblicas (1000 a 570 milhões de anos) e paleozoicas (570 a 245 milhões de anos) - que foram afetadas por fenómenos de metamorfismo, associados a diversas fases tectónicas da orogenia hercínica. Monção encontra-se na área com maior relevo, nomeadamente num dos vales encaixados que o caracterizam, o vale do Rio Minho.

Nesta região predomina o granito, no entanto a noroeste verifica-se a existência de grandes quantidades de sedimentos, bem como a existência de uma faixa de xisto na parte central da região (Ver ilustração 3 e 4).

O conjunto destas características cria as condições necessárias para a produção do famoso vinho Alvarinho de Monção e Melgaço.

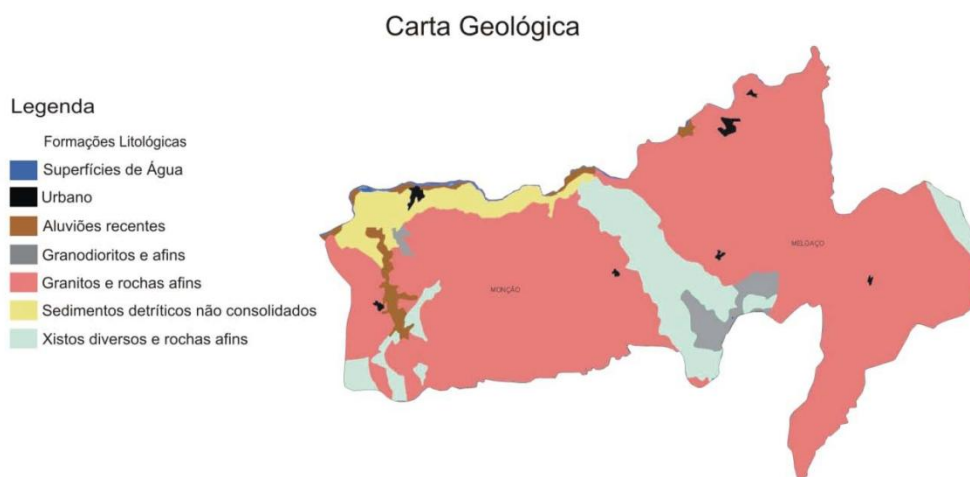


Ilustração 3. Carta Geológica. Fonte Associação de produtores de Alvarinho de Monção e Melgaço.

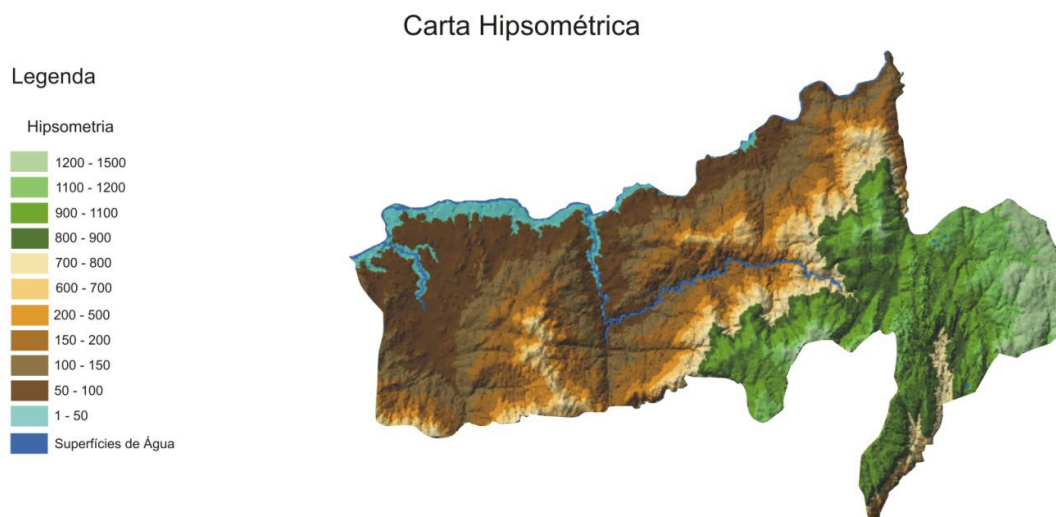


Ilustração 4. Carta Hipsométrica. Fonte Associação de produtores de Alvarinho de Monção e Melgaço.

4.3 Enquadramento Histórico do concelho de Monção.

As origens de Monção são obscuras. Tudo indica que seria uma terra reguenga sem grande importância no deambular da nacionalidade. Nesta altura a cabeça administrativa e guerreira da área estava ou no castelo da penha da rainha em Abedim ou no de Fraião, em Boivão (Valença).

O concelho afirma-se a partir do reinado de D.Sancho I quando a linha de fronteira pelo Minho ganha relevo estratégico. Nessa época terá sido fortificada embora elementarmente.

No reinado de D.Afonso III terá recebido o nome de Monção, topónimo oposto ou de Montezinho ou de Outeiro que lhe ficava próximo, significando monte grande ou monte forte. Tornou-se couto e nas inquirições de 1258 recebe o nome de vila, o que com o texto do seu foral dado em 1261, onde se citam os « miles de Monçom» que têm regalias semelhantes aos de Valença significa que era uma Póvoa já fortificada, no tempo de D.Afonso III.

D.Dinis terá mandado fazer entre 1305 e 1308, uma reforma total das suas muralhas: Datam desta época as bragas ou couraça, as barbacãs e uma passagem em parte subterrânea e

abrigada, até a água e ao porto fluvial do Minho, onde existia uma torre para o defender, como nos ilustra Duarte Darmas.

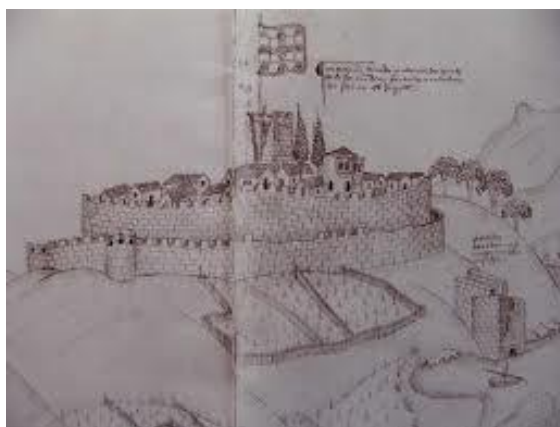


Ilustração 5. Desenho de Monção de Duarte D´armas 1509.Fonte www.acer.pt.org.

A cerca primitiva tinha apenas duas portas: a principal ladeada pela torre de menagem e que dava para o terreiro, correspondendo à atual praça deuladeu Martins. A outra, sensivelmente no pólo oposto servia o acesso em direção às atuais termas. Estas encontrar-se-iam ligadas pela atual Rua direita.

As posteriores bragas tinham três portas que se adaptavam melhor à evolução da vila dos fins da idade média: a porta do postigo era sobre cotovelo de cortina e dava acesso para sul; outra dava acesso à Misericórdia e a terceira permitia o acesso ao porto fluvial que possuiria grande importância no escoamento de vinhos e de outros produtos da região (idem, ibidem: 169-171).

Nos séculos XVI e XVII, a pressão demográfica e a fixação de população dos arredores no centro da vila, condicionaram a expansão urbana do centro da vila, como se pode constatar através do *Numeramento* de 1527-31. Durante o período da ocupação filipina poucos são os dados relativos a Monção, contudo durante a guerra peninsular ter-se-ão verificado algumas perdas quer populacionais quer patrimoniais⁴.

⁴ http://www.cmmoncao.pt/portal/page/moncao/portal_municipal/municipio/HISTORIA/HistMoncao.pdf

Finda a ocupação castelhana em de 13 de fevereiro de 1668, empeçou-se a obra de reorganização da praça. Face a uma devastação para nós difícil de calcular a edilidade tratou de tentar sanar os problemas com o património construído agora em ruínas, promovendo tabelamentos para execução de fundos, promovendo a reconstrução e a procura de materiais de construção. Não conhecemos a data do início das obras de fortificação da vila de Monção. Sabemos, contudo, através do cruzamento de uma série de informações, que essas obras tiveram início entre 1654 e 1685. A Porta de Salvaterra teria sido iniciada por volta de 1654, pois existe uma inscrição de época na base do interior da mesma porta, à direita de quem entra. É de considerar que os trabalhos de construção da fortaleza de Monção se tivessem iniciado em meados da década de 50 de seiscentos, interrompidos devido à guerra, cerco e ocupação, e reiniciada após a retomada da vila, isto é, a partir de março de 1668.

Com algumas pequenas variantes próprias da história local, a história de Monção dos princípios do século XIX é comum à história nacional. Entre 1820 e 1848 a atividade municipal monçanense parecia estar alheada da instabilidade política vivida por todo o país, apesar de alguns contragolpes e mudanças bruscas nas vereações. São deste período a consolidação de atividades económicas essenciais à região, os lançamentos da construção do chafariz, de obras importantes de reparação dos Paços do Concelho, o desmantelamento do Pelourinho e o início do projeto de construção do cemitério municipal ou mesmo da construção e procura das Termas de Monção.

Já na época contemporânea, podemos considerar que o crescimento económico e urbano de Monção estagnou, à semelhança do que se verificou noutros territórios do país, devido a condicionalismos económicos, políticos e sociais. No pós 25 de Abril vamos assistir a obras de reconstrução de edifícios intramuros e ao alargamento da mancha construída fora das muralhas, quer para Sul, quer para Ocidente, surgindo os grandes blocos de apartamentos e as recentes obras de reconversão da rede viária e de infraestrutura.

4.4.Monção e o Turismo.

A caracterização do concelho de Monção do ponto de vista turístico foi elaborada com base em entrevistas feitas à técnica de turismo do concelho, a Proprietários de empreendimentos de turismo em Espaço rural.

Foram feitas diligências junto à Entidade Turismo Porto e Norte no sentido de se recolher informação estatística acerca da atividade turística monçanense não obtendo qualquer resposta.

As entrevistas realizadas tiveram o propósito de conhecer a realidade turística do concelho, os seus aspetos positivos e negativos; o perfil do visitante; as atividades desenvolvidas no âmbito do turismo cultural e as potencialidades enoturísticas.

Da entrevista realizada à técnica do turismo do concelho, Carla Marinho⁵ destaca-se o seguinte:

- O concelho dispõe de várias atrações, nomeadamente o valioso património natural e construído, as tradições seculares, as termas; estruturas dedicadas ao lazer, gastronomia e o vinho alvarinho;
- Monção reúne as condições necessárias para apostar em 4 produtos estratégicos do PENT (Plano estratégico Nacional do Turismo), são eles: a gastronomia e vinhos; touring cultural e paisagístico; turismo de natureza e turismo de saúde e bem-estar;
- O concelho é visitado tanto por público nacional como internacional. A nível internacional os mercados de maior presença são: Espanha, França, Reino Unido, Alemanha, Holanda e já nota uma grande representatividade dos mercados oriundos da América Central, América Latina e também Ásia. Procuram essencialmente conhecer a cultura, tradições, o património tanto natural e cultural, arquitetónico e religioso. Carla Marinho considera que cada vez mais se sentem atraídos pela gastronomia e vinhos.

No que se refere ao Turismo em espaço rural dos 8 empreendimentos existentes apenas 3 colaboraram com este estudo: Casa de São Bento, Quinta de Santo António, Solar de Serrade⁶.

⁵ Ver entrevista em anexo 5.

⁶ Ver anexos: 11; 12; 13.

Na casa de São Bento os hóspedes são nacionais e estrangeiros, ficando geralmente o fim de semana. Na Quinta de Santo António são maioritariamente nacionais e tirando os meses de julho e agosto que a estadia varia entre três dias a uma semana, ficam apenas 1/2 dia. No solar de Serrade ficam maioritariamente estrangeiros por dois e três dias. Indicam-nos que os turistas nacionais procuram a região para descansar, pela tranquilidade e hospitalidade. Os turistas estrangeiros procuram conhecer as nossas tradições.

Destes três empreendimentos apenas o Solar de Serrade é produtor de Alvarinho integrando tanto a Rota dos Vinhos Verdes como a Rota Do Alvarinho, sendo possível fazer provas de vinho. A casa de São Bento possui apenas uma pequena produção de Alvarinho não possuindo adega e a Quinta de Santo António apenas produz a uva que depois é vendida a Adega Cooperativa de Monção. Em ambos os casos não se possibilita provas de vinhos. Consideram igualmente que não dispõem das condições necessárias para integrar a rota do alvarinho.

Os três proprietários indicam-nos que os hóspedes procuram conhecer a vida rural.

Posto isto, podemos dizer que a região é procurada tanto por nacionais como estrangeiros permanecendo geralmente um fim de semana. Verifica-se que procuram a região essencialmente para descansar não obstante procurarem igualmente conhecer a sua cultura. O conhecimento da cultura vinícola não corresponde à principal motivação da visita.

Carla Marinho salienta os seguintes pontos negativos na atividade turística monçanense:

- A carência de sinalética referente ao património tanto na vila como no restante concelho;
- Verificam-se graves lacunas no que se refere ao setor da hotelaria e restauração.

O concelho tem procurado desenvolver algumas iniciativas no âmbito do Turismo Cultural, no entanto, não existe colaboração estratégica com o setor privado. A técnica concelhia considera que existe pouca consciencialização principalmente do setor privado para a necessidade dessa mesma colaboração o que dificulta a implementação de projetos deste âmbito.

No que se refere à prática do Enoturismo, a opinião é consensual entre os produtores, autarquia e proprietários dos empreendimentos de Turismo rural: o concelho tem todos os recursos para se afirmar como destino enoturístico mas há muito trabalho a realizar. A questão do

desenvolvimento enoturístico no concelho de Monção será abordada com maior precisão no capítulo 8 deste projeto.

5. A vitivinicultura.

A vitivinicultura corresponde a um setor de atividade da extrema importância para o país. A elaboração deste capítulo pretende sintetizar questões relacionadas com a origem da cultura do vinho; as suas características, a sua importância no contexto nacional, e principalmente a sua importância para o concelho de Monção.

5.1 A origem da vitivinicultura.

A origem da produção vinícola não é precisa. Segundo Johnson (1999:17): “ As grainhas mais antigas provenientes de videiras cultivadas, descobertas até agora e recorrendo ao método carbono – e pelo menos aceites nessa qualidade pelos seus descobridores – foram encontrados na Geórgia e pertencem ao período que medeia entre os anos 7000-5000 a. C “.

As sementes encontradas na Geórgia foram classificadas como *Vitis vinifera* variedade *sativa*, o que serve de base para o argumento de que as uvas eram cultivadas e o vinho presumivelmente elaborado (idem: ibidem). Também datado desta época são os recipientes de barro, descobertos na Transcaucácia (6000 a. C) denominados *Kweri*, provavelmente destinados à fermentação das uvas.

As referências à videira são abundantes na bíblia, no épico de Gilgamesh, no código de leis de Hamurrabi e na mitologia grega.

No livro do Genesis (I, 9.20) Noé é apresentado como o primeiro agricultor a plantar videiras.

O épico de Gilgamesh apresenta grande similaridade com o Antigo testamento. A referência ao vinho surge quando o herói deste épico (rei de Uruk) entra no reino do sol e encontra um vinhedo encantado, de cujo vinho obteria, se lhe fosse permitido bebê-lo a imortalidade ansiada.

O vinho está relacionado com a mitologia grega. Um dos vários significados do Festival de Dionísio em Atenas era a comemoração do grande dilúvio com que Zeus castigou o pecado da raça humana primitiva. Apenas um casal sobreviveu. Seus filhos eram: Orestheus, que teria

plantado a primeira vinha; Amphictyon, de quem Dioniso era amigo e o ensinou sobre vinho; e Helena.

É necessário ter em consideração que o vinho estava reservado a uma minoria de privilegiados, ou seja, só a classe dos governantes poderia dispor dos seus benefícios (JOHNSON, 1999: 12). Benefícios estes de natureza médica pois o vinho consistiu, ao longo de 2000 anos, no único e universal anti - séptico. As referências às propriedades médicas encontram-se, por exemplo, no TALMUD⁷ (século VI a.C.) que nos refere o seguinte: “ Onde quer que falte o vinho são necessárias drogas”. Contemporâneo deste código de leis, existe um texto médico indiano que descreve o vinho como: “ um revigorante do espírito e do corpo, antídoto para a insónia, tristeza e fadiga (...) bebida que desperta o apetite, traz a felicidade e facilita a digestão.” (idem, ibidem).

Verifica-se assim, que a vinha e o vinho, desempenham desde tempos recuados uma grande importância: económica, social e cultural.

5.2 A origem da vitivinicultura em Portugal.

A vinha e o vinho marcam há milénios a cultura mediterrânica e de forma particular a cultura portuguesa (REIS; OSÓRIO e BASTOS, 2002: 3).

Para o conhecimento das origens da cultura vitivinícola é imprescindível a investigação arqueológica. Consideram-se evidências arqueológicas da produção vitivinícola, os dados de natureza paleobotânica (registos polínicos e macro – restos como grainhas e pedicelos); As alfaias agrícolas usadas no trabalho da vinha e unidades de produção e armazenagem do vinho e do azeite (Adegas e Lagares); assim como os contentores usados para o transporte e armazenagem do vinho (odres, tonéis, talhas e ânforas) (FABIÃO, 1998: 171).

Porém a investigação arqueológica não se encontra isenta de dúvidas e as fontes clássicas não permitem uma boa caracterização da geografia da produção e dos ritmos cronológicos da sua introdução e expansão (idem, ibidem: 169).

Não obstante as incertezas acima expostas é consensual que a introdução e difusão da vitivinicultura no ocidente peninsular se deva à conquista romana (idem: ibidem: 169).

⁷ Coletânea de antigas leis judaicas que guiam a vida religiosa e não religiosa dos judeus ortodoxos. (JOHNSON, 1999: 11).

Na Hispânia, no período tardo – republicano, a extensão e exploração da vinha concentrar-se-ia nas áreas mais desenvolvidas de um ponto de vista agrícola, ou seja, a região da Bética e a Costa da Tarraconense.

Nos inícios do alto império a vinha consistiria uma base agrícola fundamental para muitas explorações rurais.

A Bética, o este da Meseta Setentrional, a Estremadura e sul de Portugal constituiriam as três grandes áreas de produção.

Quanto ao Noroeste Peninsular pouco se sabe da cultura e difusão da vinha no noroeste peninsular apesar do estudo de arqueometria realizada pela Universidade de Santiago (Dopazo Martínez; Fernández Rodríguez e Ramil-Rego, 1996, cit. por Morais, 1998). Embora este estudo recue ao final do terciário, a presença da videira como planta silvestre, também indica que o cultivo da vinha quase não se documenta nesta região em época romana, face à sua escassa presença nas amostras antracológicas e nos diagramas palinológicos.

Contudo são conhecidas algumas evidências arqueológicas da existência de lagares e lagaretas escavadas na rocha, no interior ou nas imediações de algumas estações arqueológicas, embora se possa duvidar da sua cronologia (serão mesmo romanos ou já da antiguidade tardia ou mesmo da alta idade média?).

Segundo Sande Lemos, no seu estudo sobre Trás – os – Montes Oriental (1993) admite o cultivo generalizado da oliveira e do vinho, uma vez que, a policultura se estendeu ao Noroeste no século I d.C.

De facto, não há indícios da cultura da videira em contextos anteriores à chegada dos romanos (Morais, 1998: 28-29).

Na Idade Média é indiscutível o papel preponderante das ordens religiosas, nomeadamente à ordem de S.Bento e de Cister. Verifica-se a existência de registos documentais principalmente a partir do século XII, pertencentes aos cartórios das corporações religiosas. A existência desta documentação deve-se ao facto da Igreja possuir grande parte das terras do norte do país sendo necessário uma cautelosa gestão sobre as mesmas. As ordens religiosas foram as responsáveis

por estabelecer nos emprazamentos a obrigação de plantar vinhas (REIS; OSÓRIO e BASTOS, 2002: 10). Influenciada pelo impulso dada a vitivinicultura pelas ordens religiosas começa-se a assistir a iniciativas da Coroa (século XII-XIV). A Ação da Coroa documenta-se em alguns forais, nomeadamente a de Bouças e de Monção. O primeiro mencionado foi concedido por D.Afonso I que pretendia que os homens de Bouças plantassem vinhas, isentando-os de qualquer foro nos primeiros cinco anos contados após a plantação, fixando-o decorrido este prazo na sexta parte do vinho colhido (CRUZ, António, cit por: idem, ibidem:10). Relativamente ao foral concedido por D.Afonso III a Monção a 12 de março de 1261, o monarca concede aos habitantes a posse de vinhas e incentivos ao seu cultivo.

Igualmente marcante para o cenário vinícola nacional foi a assinatura do tratado de Windsor em 1396 entre Portugal e Inglaterra. Este acordo propiciou a atividade comercial entre as duas Nações (Idem: ibidem: 12).

O setor vitivinícola viria a tornar-se um dos setores mais dinâmicos da economia portuguesa oitocentista. A cultura da vinha expandia-se consideravelmente por todo o país e em finais do século ocuparia entre 10% e 15% da área cultivada e produziria um rendimento bruto superior a 36 000 contos. O vinho representava cerca de 50% das receitas do comércio externo português e cobria à volta de 30% das importações. Neste cenário destacava-se o vinho do Porto, pois o Douro constituía a principal região vinícola. (MARTINS 1996: 136-137). Efetivamente, o Marquês de Pombal revelou-se um grande impulsionador da vitivinicultura nacional, não obstante, o favorecimento da região Duriense. Favorecimento este documentada pela criação por alvará régio a 10 de setembro de 1756 da Companhia Geral da Agricultura das Vinhas do Alto Douro. (REIS; OSÓRIO e BASTOS, 2002:13). A Companhia tomava medidas visando o controlo da produção, qualidade e comércio dos vinhos (idem, ibidem:13).

O século XIX revelar-se-ia o século das pragas das vinhas surgindo na Europa o oídio⁸ que provocou grandes danos a viticultura. Esta praga foi combatida com recurso ao enxofre e ainda hoje é um dos métodos utilizados quando surge. Uma vez ultrapassada esta praga surge no

⁸ Doença provocada por um fungo.

decurso da segunda metade do século XIX a Filoxera⁹ responsável pela destruição de inúmeras regiões vitivinícolas. A praga foi vencida com recurso a porta - enxertos (idem, ibidem: 15).

Não obstante a ocorrência destas pragas e os esforços efetuados para os combater fez surgir por toda a Europa a necessidade de salvaguardar a genuidade e qualidade do produto, visando igualmente assegurar o valor económico do vinho e a importância sociocultural da vitivinicultura. Deste modo, vamos assistir à emergência das Demarcações. No reinado de D.Carlos entre 1907e 1908 reconhece-se oficialmente a qualidade e genuidade de algumas regiões vitícolas, como Bucelas, Carcavelos, Colares, Dão, Madeira, Moscatel de Setúbal e Vinhos Verdes, através da demarcação das respetivas áreas geográficas.

O século XX seria caracterizado pelas irregularidades de produção (BÖHN, 2007: 43), isto é, de uma produção deficitária de 5 ou 6 milhões de hl passava-se facilmente para uma produção excedentária de 10, 12 ou mesmo de 14 milhões de hl (Boletim do banco Nacional ultramarino, 1996: 33, cit. Por idem, ibidem:43). A organização cooperativa promovida pelo Estado Novo, associado às crises vitícolas, levou à criação da federação dos vinicultores do centro e sul de Portugal, com o objetivo de regular o mercado do vinho. Esta federação dará origem, em 1937, à Junta Nacional do Vinho, organismo responsável pela coordenação económica do setor até a integração europeia em 1986 (idem, ibidem:44).

Com a adesão à comunidade europeia, assistiu-se à adoção de medidas que visaram a recuperação das estruturas produtivas e uma mudança no mercado (idem, ibidem:45).

Assistiu-se na década de 90 ao renascer de uma viticultura de qualidade.

Na atualidade a vitivinicultura continua a ser um setor de atividade preponderante representando 2,1% do PIB Nacional.

5.3 A Região demarcada dos Vinhos Verdes.

A região demarcada dos vinhos verdes constituiu-se a 18 de setembro de 1908 pelo artigo 10º da carta de lei e pelo artigo 19º do decreto de 1 de outubro do mesmo ano. A legislação vem

⁹ Doença provocada por um inseto hermafrodita.

estabelecer zonas de demarcação das diferentes espécies de vinhos por regiões, com limites rigorosamente definidos (REIS; OSÓRIO e BASTOS, 2002: 17).

Atendendo a questões de ordem cultural, tipo de vinho, encepamento e condução da vinha, procedeu-se à divisão da Região demarcada em 5 sub-regiões: Monção, Lima, Amarante, Basto e Braga (idem, ibidem: 17).

No que se refere à regulamentação o processo revelou-se moroso, apenas se concretizando em 1926 com a publicação do *regulamento da produção e comércio dos Vinhos Verdes*, no decreto nº 12.866, de 10 de dezembro de 1926 no diário de Governo, 1ª série. Este regulamento consagrou o estatuto próprio da Região demarcada, definiu os seus limites geográficos, caracterizou os seus vinhos e definiu as regras relativas à produção e certificados de produção e origem, assim como, as regras para o comércio dos vinhos verdes. Em virtude deste mesmo regulamento é criada a comissão de Viticultura da Região dos Vinhos Verdes.

A atual Região Demarcada dos Vinhos Verdes estende-se por todo o noroeste do país, na zona tradicionalmente conhecida como Entre-Douro-e-Minho. Tem como limites a norte o rio Minho (fronteira com a Galiza), a nascente e a sul zonas montanhosas que constituem a separação natural entre o Entre-Douro-e-Minho Atlântico e as zonas do país mais interiores de características mais mediterrânicas, e por último o Oceano Atlântico que constitui o seu limite a poente¹⁰.

No que se refere às sub - regiões, foram introduzidas algumas modificações e integrados novos territórios correspondendo aos seguintes:

- **Amarante:** integrando os concelhos de Amarante e Marco de Canaveses;
- **Ave:** integrando os concelhos de Vila Nova de Famalicão, Fafe, Guimarães, Santo Tirso, Trofa, Póvoa de Lanhoso, Vieira do Minho, Póvoa de Varzim, Vila do Conde e o concelho de Vizela, com exceção das freguesias de Vizela (Santo Adrião) de Barrosas (Santa Eulália);

¹⁰<http://www.vinhoverde.pt/pt/vinhoverde/regiao/default.asp>

- **Baião**: integrando os concelhos de Baião, Resende (exceto a freguesia de Barrô) e Cinfães (exceto as freguesias de Travanca e Souselo);
- **Basto**: integrando os concelhos de Cabeceiras de Basto, Celorico de Basto, Mondim de Basto e Ribeira de Pena;
- **Cávado**: integrando os concelhos de Esposende, Barcelos, Braga, Vila Verde, Amares e Terras de Bouro;
- **Lima**: integrando os concelhos de Viana do Castelo, Ponte de Lima, Ponte da Barca e Arcos de Valdevez;
- **Monção e Melgaço**: integrando os concelhos de Monção e Melgaço;
- **Paiva**: integrando o concelho de Castelo de Paiva, e, no concelho de Cinfães, as freguesias de Travanca e Souselo;
- **Sousa**: integrando os concelhos de Paços de Ferreira, Paredes, Lousada, Felgueiras, Penafiel e, no concelho de Vizela, as freguesias de Vizela (Santo Adrião) e Barrosas (Santa Eulália)¹¹.

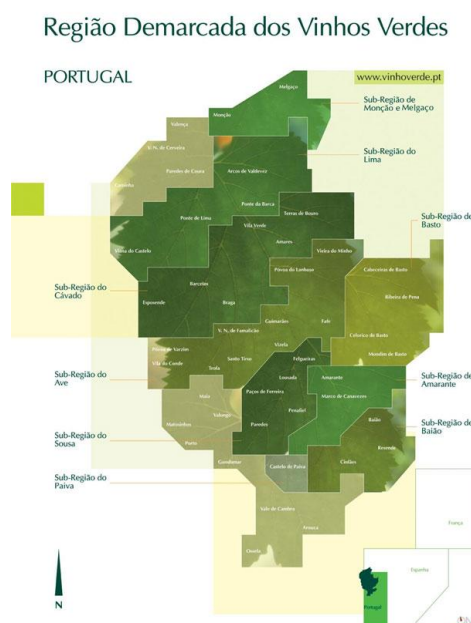


Ilustração 6.Região demarcada dos Vinhos verdes. fonte:
<http://www.vinhoverde.pt/pt/vinhoverde/regiao/mapaRDVV.asp>

¹¹ Idem.

O sistema agrário que caracteriza a região manteve-se praticamente inalterado até as últimas décadas do século XX, isto é, as vinhas ficavam confinadas às bordaduras dos campos de cultivo, trepando as árvores atingindo alturas de 5-6 metros, eram designados por uveiras ou vinha de enforcado. Igualmente frequente a cobrir caminhos ou nas bordaduras das parcelas são as ramadas e latadas (MAGALHÃES, 2007: 51).

A comissão de viticultura da região dos vinhos verdes desempenhou um papel fulcral na transformação e modernização da viticultura, destacando-se a ação do Eng.º Amândio Galhano. Em primeiro lugar, reconhece que o vinho verde para ter aceitação no mercado tem de ser branco, dada a sua personalidade singular: vinho pouco alcoólico, fresco acidulo, com aromas varietais únicos. Para além disso é único no mundo dado ao ecossistema e às práticas culturais (Idem, ibidem: 51).

Após este reconhecimento foram seleccionadas as castas regionais de superior potencial qualitativo através de vinificações elementares, sendo apuradas poucas mais de 6 castas brancas que satisfazem os requisitos pretendidos. Os encepamentos próprios para cada sub-região foram definidos (Alvarinho para a região de Monção e Melgaço; Loureiro para a região Ribeira Lima; O Azal em Amarante e Basto; e o Avesso na Região do Marco e Baião) (idem, ibidem: 51).

Por outro lado, desenvolveram-se trabalhos de investigação no âmbito da condução das fermentações e vinificações, nascendo assim os primeiros grandes vinhos verdes Brancos, como o S.Claúdio (Esposende) a partir da casta loureiro; e o Palácio da Brejoeira (Monção), a partir do Alvarinho (idem, ibidem:51).

Paulatinamente, as vinhas deixaram as bordaduras dos campos para se instalarem segundo parcelas extremas, em encostas mais soalheiras e solos menos ricos visando uma maturação equilibrada sem perder as características gerais dos vinhos verdes (idem, ibidem: 51).

Em 1984, a comissão de viticultura cria a Estação vitivinícola Amândio Galhano no concelho de Arcos de Valdevez, com o intuito de aí se desenvolverem trabalhos de investigação sobre novas formas de condução, sobre seleção clonal e vinificação elementar das castas (idem, ibidem: 51,52).

Para além dos trabalhos de investigação, esta estação, desenvolve também a sua atividade no domínio da multiplicação vegetativa da videira com especial realce para a produção de videiras já enxertadas, segundo as técnicas mais modernas de produção do enxerto-pronto. (idem:ibidem:52).

Assim, ao longo das últimas décadas do século XX, assistimos a profundas transformações na viticultura nortenha, isto é, tanto nas propriedades mais pequenas, como nas quintas de produtores/ engarrafadores, como nas explorações de empresas de maior dimensão, a vinha é conduzida segundo formas modernas e mecanizadas; as castas selecionadas dispõem-se por talhões; o vinho produzido, sobretudo o branco, ganha em qualidade e competitividade comercial. Considerámos pertinente realçar o corpo técnico ao serviço do setor, oriundo de diversas universidades e escolas superiores agrárias (idem, ibidem:52).

A casta que nos propusemos analisar, o Alvarinho, insere-se na sub- região de Monção e Melgaço, que tal como o nome indica engloba os dois concelhos.

Esta sub-região desfruta de um microclima específico, com exposição atlântica e um clima caracterizado por elevada pluviosidade, humidade atmosférica, temperatura amena e pequenas amplitudes térmicas, o que confere ao vinho Alvarinho características únicas. Os solos desta região apresentam, predominantemente, textura franca e franco-arenosa. São, normalmente, ácidos, pobres em fósforo, magnésio e boro e ricos em potássio.

Uma vez caracterizada, embora genericamente, a região demarcada dos vinhos verdes, iremos, no capítulo seguinte, deste projeto, abordar a relação do concelho de Monção com a vitivinicultura para de seguida introduzir o Alvarinho.

5.4 Monção e os vinhos, uma relação ancestral.

Monção possui desde os primórdios da sua existência uma vocação vitivinícola. Os seus solos são enxutos, mas bem irrigados, muitos aptos para milheirais e vinhedos.

A carta de foral é atribuída por D.Afonso III no ano de 1261 e nela está patente o incentivo à plantação de vinha através da concessão de vinhas aos seus habitantes.

Desde os fins da Idade Média até ao século XVII, Monção é um porto onde se embarca, direta ou indiretamente muito vinho para Inglaterra (ALMEIDA, 1987: 144).

Viriato Capela no estudo das memórias paroquiais de 1758, indica-nos que a economia vinícola constituía, a par da cultura cerealífera, a cultura dominante. A importância da cultura cerealífera prende-se com o facto de sustentar a comunidade e surge enumerada em 1º lugar em todas as memórias (CAPELA, 2003: 55-57).

A cultura da vinha é especialmente referenciada nestas memórias, verificando-se uma produção abundante em algumas paróquias, referindo-se a culturas em uveiras (regime de enforcado) e vinhas (vinha baixa de cepa, latada ou arjoada).

A regulação económica da região competia à câmara que adotava as medidas necessárias ao estímulo da produção e à proteção do consumo (idem: ibidem: 55-57).

Os assentos municipais indicam uma política intervencionista visando: a promoção de qualidade; defesa dos preços; e a proteção do comércio, consumo local e da exportação.

A criação da Companhia dos Vinhos do Alto Douro em 1756 irá provocar grandes repercussões na economia dos vinhos verdes, em geral, e no de Monção em particular.

A companhia instala uma política altamente protecionista aos vinhos maduros do Douro, ficando os vinhos verdes totalmente subordinados aos interesses destes. A companhia proibiu e/ou limitou os mercados de exportação e acesso aos vinhos; restringiu-o a fornecer e completar lotes de vinho de embarque e exportação completando carregamentos de vinho de porto, quer desclassificando e constituindo neles um mercado barato de abastecimento de aguardentes, necessárias ao fabrico do vinho de Porto (Idem, ibidem: 63-64)

Assistiu-se ao desaparecimento dos assentos de saída de vinhos de exportação das ribeiras Lima e Minho.

Os comissários e alambiques da Companhia instalam-se por todo o território para comprar a preços, por eles fixados, os vinhos que reduzirão a aguardente.

O livre comércio para o exterior e o fabrico de aguardentes ficam assim limitados e monopolizados pela companhia. Esta, promoveu ainda, uma forte campanha para afirmar que no norte as terras para a vinha devem ser exclusivamente do Douro. O restante território deveria limitar-se à produção cerealífera. Chegam inclusivamente a acusar a expansão do vinho verde pela carestia de grãos, o que poderia justificar o arranque de vinhedos de Vinho Verde.

A ação da Companhia revelou-se desastrosa para a economia dos vinhos verdes, em especial para territórios onde se tinha desenvolvido a produção de qualidade e intensiva com destino à exportação, como por exemplo, no território de Monção (idem, ibidem: 63-64).

Efetivamente, como já se referiu, a vinha e a vitivinicultura possuíam grande importância económica no território monçanense que se verifica pela intervenção da vereação, responsável pela elaboração de posturas e determinações. Estas posturas fixavam: as datas das vindimas visando a qualidade dos vinhos; os preços; e medidas dirigidas à proteção do mercado consumidor e de exportação (idem, ibidem: 64-67).

A partir da 2ª metade do século XVIII assistimos a uma crise de superprodução levando a uma baixa de preços em 1752. Em 1756, os preços recuperam até inícios da década de 1760, atingindo valores recordes entre 1757 e 1760. Nesta data, o mercado de Monção e de Ponte de Lima é encerrado, assim como, as saídas pelas barras de Viana do Castelo e Caminha (idem, ibidem: 64-67).

As crises de superprodução provocaram quebras acentuadas nos preços dos vinhos, levando ao aumento das proibições e à fiscalização à entrada de vinhos de fora. Em Monção a baixa continuada de preços revelou-se severa para a venda e produção e cultura dos vinhos de melhor qualidade (idem, ibidem: 64-67).

Em maio de 1777 assistimos a um dos períodos mais negros da crise devido a fatores políticos: A Companhia e o Alvará de 4 de agosto de 1776 proíbem a extração de vinhos para as terras do reino por qualquer barra; A vila de Monção esteve sujeita a aquartelamentos constantes; diminuiu a saída de vinhos para Valença devido à deslocação recente do regimento para Viana (idem, ibidem: 64-67).

As medidas internamente votadas e cuidadosamente vigiadas para debelar a crise, simultaneamente de superprodução e de comércio levam à fixação de preços mínimos de venda do vinho de 1ª qualidade e ao controle do mercado externo abastecedor. Por outro lado, foram elaboradas penas severas contra as misturas e a introdução de vinhos de fora. Não obstante, grande parte dos vinhos foram vendidos ao desbarato e reduzidos a aguardentes, sobretudo em 1780, levando a consequências nefastas para a vitivinicultura de melhor qualidade (idem, *ibidem*:64-67).

Em finais da década de 80, a situação melhora, os preços voltam a subir devido às más colheitas e o comércio externo é revitalizado para a Galiza e Valença que absorvem toda a produção local e liberalizam as entradas de vinhos de fora (idem, *ibidem*: 64-67).

É importante referir que em Monção, a política municipal era ditada pelos interesses dos maiores proprietários, senhores das quintas e das melhores colheitas da vila. No seu conjunto, pretende-se defender os vinhos de produção concelhia, mas é particularmente contra as misturas que se luta, pois são estes que prejudicam os vinhos de melhor qualidade (idem, *ibidem*: 64-67).

As medidas implementadas, foram quase sempre utilizadas e votadas no sentido de proteger e promover o seu comércio ditadas de uma forma consertada, isto é, através de: vendas separadas; prioridades nas vendas, taxas separando as diferentes qualidades dos vinhos e nos casos de quebras acentuadas de preços, a fixação de preços mínimos de venda (idem, *ibidem*: 64-67).

Nos finais da década de 80 do século XIX, José Augusto Viera descreve-nos muitos aspetos da cultura da vinha em Monção, desde as castas utilizadas aos preços correntes da época. A sua descrição permite-nos reter a importância da viticultura para Monção. Através desta, sabemos que a média de produção em 1863, 1864 e 1865 foi de 2526 pipas e que se exportaram nesses anos 1770 pipas e se consumiram internamente 756. O preço médio da pipa de 20 almudes era de 25\$00 reis (Vieira, 1887: 71)¹².

¹² Os vinhos vendidos em Feira por pipa de 480 litros: vinho velho 20\$000 reis e vinho novo 16\$000 reis (Vieira, 1887: 73).

Ao longo dos finais dos Finais do século XIX a meados do XX a produção vinícola Monçanense decaiu. Com o intuito de contornar essa solução foi fundada a Adega Cooperativa de Monção em 1958 com 25 sócios, em 1971 eram 199 e em 1990 eram 885. Na atualidade conta com mais de 1700 associados e foi distinguida em 2009 e em 2010 com o estatuto de PME de excelência pela IAPMEI, pelo bom desempenho económico e financeiro e pela boa gestão¹³.

A Adega Cooperativa de Monção desempenha assim um papel fundamental na vitivinicultura Monçanense contribuindo claramente para o seu desenvolvimento e colocando novamente os seus vinhos numa posição destacada, quer Nacional, quer internacionalmente.

Uma vez demonstrada a relação ancestral do concelho monçanense com a atividade vitivinícola, iremos introduzir o Alvarinho, tema central da nossa investigação.

6. O Alvarinho

Pretendemos com a elaboração deste capítulo proporcionar informações acerca da casta Alvarinho, procurando as suas origens e o seu desenvolvimento; caracterizando o território; tentando conhecer os produtores e as suas técnicas produtivas. Tentaremos, de igual forma, entender a importância económica da produção deste produto para o concelho.

Para a concretização destes objetivos foram realizadas entrevistas tanto na forma presencial como via eletrónica, tendo em consideração a disponibilidade dos entrevistados. Optou-se pela elaboração de entrevistas semi- estruturadas aos produtores e à técnica de Turismo da autarquia e por uma entrevista não estruturada ao Senhor João Abel Cerqueira.

O conhecimento das entidades produtoras de Alvarinho fez-se mediante o site da câmara municipal de Monção, existindo nesta 11 empresas (ver ilustração 7):

- Quinta de Paços, Sociedade Agrícola, Lda;
- Adega Cooperativa de Monção, CRL;
- Palácio da Brejoeira – Viticultores, Sa;
- Produtores de Vinho Alvarinho de Monção, Lda;

¹³ <http://www.confagri.pt/Noticias/Pages/noticia32815.aspx>

- Sociedade Agrícola da Casa Pinheiro, Lda;
- Quinta da Baguinha;
- Quinta da Cheira;
- Quinta da Pedra;
- Quinta das Pereirinhas;
- Quinta da Rebouça;
- Solar de Serrade;

Destas 11 entidades colaboraram neste estudo 7. As entrevistas¹⁴ realizadas aos produtores foram iguais e as questões prendiam-se com a origem da produção do Alvarinho, as técnicas produtivas, as alterações introduzidas desde o início da produção à atualidade; a economia, concorrência, e por fim ao enoturismo.

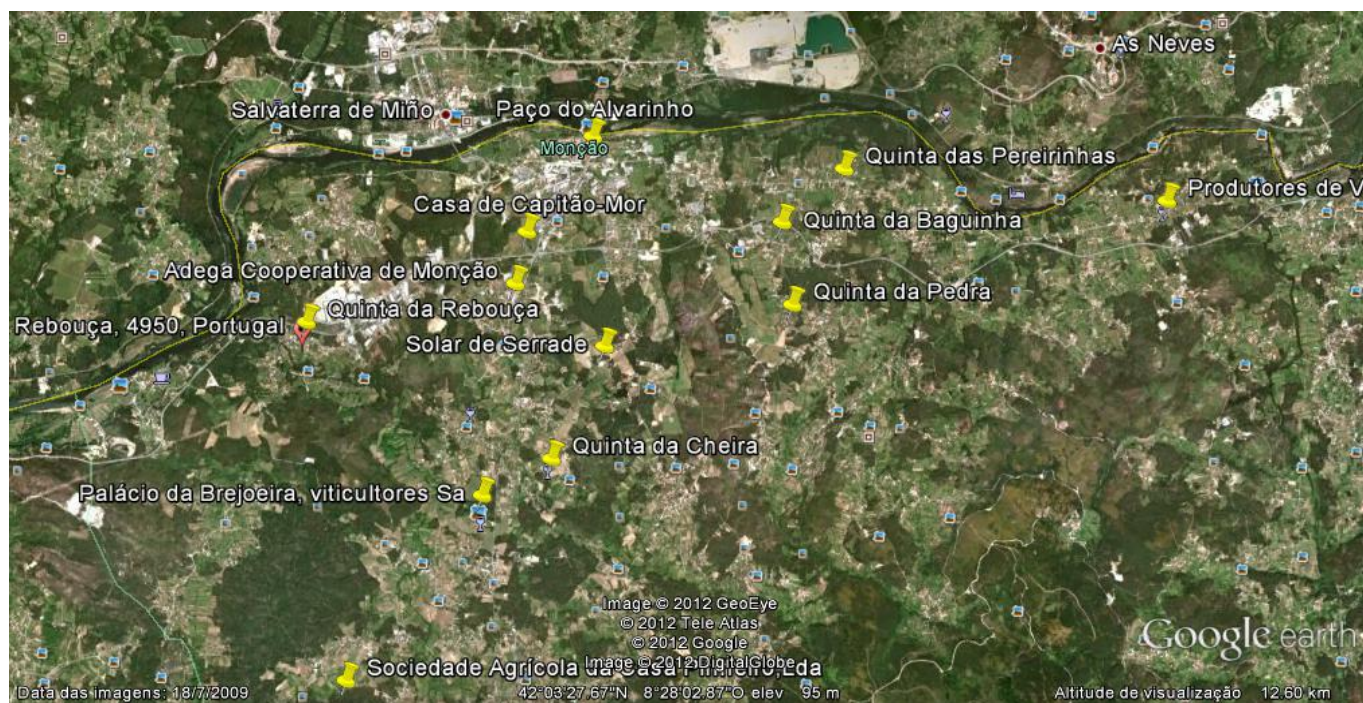


Ilustração 7. Localização dos Produtores de vinho Alvarinho de Monção. Elaborado com recurso ao Google Earth.

¹⁴ Ver modelo de entrevista em anexo. Ver anexos 6,7,8,9,10,11.

De igual forma foi elaborada uma entrevista ao presidente da autarquia visando conhecer não só a importância económica e social da produção do Alvarinho mas também as medidas adotadas na sua promoção.

Por outro lado, a técnica de turismo local também foi entrevistada com o intuito de avaliar a viabilidade, ou não, da aposta no enoturismo no concelho.

6.1 A Casta Alvarinho

Para a caracterização da casta Alvarinho baseamo-nos fundamentalmente na obra “ O grande livro das Castas” cujo autor coordenador é Jorge Böhm. Nesta obra somos alertados pelo facto de uma diferenciação varietal ser difícil e quase impossível pois os critérios observados: fenológicos, morfológicos, fisiológicos e principalmente enológicos sofrem mutações com o *terroir*, embora sejam geneticamente reversíveis (BÖHM, 2007: 74).

A casta Alvarinho foi incluída na casta de elite pela elevada plasticidade regional e pela importância comercial.

O autor elaborou uma ficha da casta contemplando os seguintes itens: origem da casta; região de maior expansão, sinónimos oficiais, sinónimos históricos e regionais, homónimos; superfície vitícola atual, utilização atual a nível nacional; tendência de desenvolvimento, entre outros.

Posteriormente atende à classificação, à morfologia, à fenologia, o potencial vegetativo, agronómico e enológico. Termina com as particularidades da casta.

Nesta investigação iremos apenas deter-nos nos aspetos referentes à ficha da casta, à sua classificação, características enológicas e às suas particularidades.

Relativamente à origem da casta, Lacerda Lobo (1790, cit. por BÖHM: 80) classifica a casta na sub – região de Melgaço; Gyrão (1833, cit. por BÖHM: 80) refere a casta no Norte do Minho, sub - região de Monção, e Galiza nas rias baixas (Espanha), é apresentada como casta historicamente menos apreciada. Por outro lado, Ferreira Lapa (1874, cit. por idem, ibidem:80) refere “ *A casta (...) dá pouco vinho e este inferior*”. Segundo a CVRVV, a elevada qualidade dos seus vinhos só foi detetada no século XX pelo Eng.º Galhano (idem, ibidem:80).

Quanto à região com maior expressão corresponde à sub-região de Monção (idem, ibidem:80).

O alvarinho tem como sinónimos históricos e regionais o galego e o galeguinho em Ponte de Lima. Quanto a homónimos temos o Albarin Blanco nas Astúrias (idem, ibidem:80).

A superfície vitícola atual corresponde a 1800 hectares e a utilização da casta a nível nacional corresponde a 1, 35%. A tendência de desenvolvimento é crescente.

A nível de classificação corresponde a um vinho de qualidade DOC e a um vinho regional. Quanto à primeira classificação refere-se à Sub – região de Monção com o “ Vinho Verde Alvarinho” e “ Vinho Verde Espumante”. O vinho regional, por sua vez, refere-se ao Minho, Estremadura, Ribatejo e às Terras de Sado (idem, ibidem: 80).

A nível enológico caracteriza-se: “por uma cor intensa, palha, com reflexos cítricos, aroma intenso, distinto, delicado e complexo, que vai desde marmelo, pêssago, banana, limão, maracujá e línchia (caráter frutado), a flor de laranjeira e violeta (caráter floral), a avelã e noz (caráter amendoado) e a mel; e de caráter complexo, maciço, harmónico, encorpado e persistente” (EVAG, 2001, cit por idem, ibidem:80). Quanto à qualidade é muito elevada sendo uma casta piloto.

Por fim, esta casta possui as seguintes particularidades: produz em vara longa e é considerada pela sua originalidade, um dos melhores vinhos do mundo. Corresponde igualmente à mais nobre das castas da Região demarcada dos Vinhos Verdes (Idem, ibidem: 80).

Uma vez caracterizada a casta Alvarinho, pretendemos no capítulo seguinte refletir acerca da origem da sua produção no concelho de Monção e o respetivo percurso.

6.2 A Casta Alvarinho. Contextualização Histórica.

A origem da produção do Alvarinho é obscura apesar de se encontrar referências em obras do século XVIII e XIX, estas revelam-se vagas. A casta é mencionada em obras como as de Lobo Lacerda (1790), Gyrão (1822), Lapa Ferreira (1874) e José Augusto Vieira (1887).

Não obstante, a existência da casta anteriormente ao século XX, esta não era considerada importante. Efetivamente, podemos considerar o Alvarinho um produto do século XX.

Os registos existentes acerca dos primórdios da produção do Alvarinho escasseiam, tendo sido fundamental para a elaboração deste capítulo a colaboração do Senhor João Abel Cerqueira¹⁵, e dos produtores de vinho locais.

Das entrevistas realizadas, há consenso no que se refere ao 1º Alvarinho rotulado que se deve ao Engº Lobo Miranda na casa de Rodas. Não obstante, a presença comercial deu-se na década de 30 e 40 com a fundação da empresa Vinhos de Monção, Lda em outubro de 1938 sendo sócios fundadores Manuel Cerqueira e Carlos Alves. Surge assim a marca “Cepa Velha”.

João Abel Cerqueira considera que o percurso do Alvarinho se poderá dividir em 4 fases distintas:

- 1ª fase de 1938/50
- 2ª fase de 1950/59
- 3ª fase de 1959/75
- 4ª fase de 1975/ presente.

Na 1º fase a produção de uvas e do vinho eram exclusivamente assegurados pelos lavradores. Nesta fase alcançaram-se dois grandes feitos o asseio da adega e do vasilhame, base da qualidade dos vinhos. O segundo feito prende-se com a formação do lavrador levando-o a acreditar no vinho branco, a cuidar do asseio e da maturação das uvas e a aceitar a sua desinfeção (pers.com Cerqueira).

Ao nível da comercialização, esta fase correspondeu à “Chave de Ouro” com a afirmação do vinho Alvarinho no topo do mercado. O sucesso deveu-se a três fatores:

- O elevado valor intrínseco do vinho;
- A divulgação através de garrafeiras particulares;
- A nomeação de dois excelentes agentes comerciais nas cidades de Lisboa e Porto, respetivamente J. Nunes da Silva e J. Candido da Silva, Lda.

¹⁵ Filho De Manuel Cerqueira, sócio fundador da empresa Vinhos de Monção Lda.

A segunda fase (1950/1959) compreende dois períodos: o apogeu e o declínio. Efetivamente foi na primeira metade da década de 50 que o Alvarinho alcançou o máximo prestígio, uma vez que passou a ser produzido na Cepa Velha comprando as uvas aos lavradores a 3\$00 Kg, o que terá contribuído para a melhoria da qualidade. Com o falecimento de Manuel Cerqueira em 1953 dá-se o declínio pelo facto dos herdeiros possuírem projetos antagónicos e incapacidade de relacionamento levando à agonia da empresa (pers.com Cerqueira).

A terceira fase corresponde (1959/1975) ao ressurgimento com a fundação da Adega Cooperativa e Regional de Monção. Esta tem o objetivo de restituir aos vinhos de Monção a fama que já detiveram (pers.com Cerqueira).

O ressurgimento é notório apesar da ausência de uma estratégia que abrangesse a Produção e Mercado, isto é, a qualidade não acompanha o aumento da produção e a qualidade não corresponde à expectativa que os elevados preços criam aos clientes mais exigentes (pers.com Cerqueira).

Verifica-se que é ao nível de mercado que os problemas se agravam pois basearam-se na premissa que “ O vinho é o melhor do mundo e quem o quiser tem de o pagar”, ou seja, a gestão comercial assentava numa “filosofia de produto” numa época em que crescia a concorrência no país e em que esta pautava a sua política comercial em critérios de “ filosofia de mercado”(pers.com Cerqueira).

A ausência de inovação levou a uma situação excedentária de produto devido à desconfiança do mercado em relação ao Alvarinho, levando em contrapartida, a popularização do vinho “ Muralhas”.

A 4ª fase corresponde ao “projeto Brejoeira” em 1976 que se revelou determinante para o prestígio do Vinho Alvarinho e para o surgimento de novos projetos vitivinícolas. Deve-se à Brejoeira o desenvolvimento de progressos sérios tanto no âmbito do vinho e da vinha mas também ao nível da política comercial orientando-se por critérios de mercado.

Na atualidade o município de Monção conta com 11 empresas relacionadas com a produção do Alvarinho. Na totalidade da subregião Monção e Melgaço são sensivelmente 40 as empresas

produtoras responsáveis por colocar várias marcas entre as melhores do mundo. Porém em ambos os concelhos (Monção e Melgaço) há cerca de 2700 produtores com um rácio de 0,7 hectares por cada um, o que significa uma produção fragmentada desta casta.

Visando contrariar esta tendência o município de Monção encontra-se a desenvolver um projeto de emparcelamento rural para incentivar a produção do Alvarinho¹⁶. O objetivo é aglutinar 11 hectares de pequenas parcelas de terreno das freguesias de Barroças e Taias e Moreira, rentabilizando a produção de um vinho que é já a principal fonte de rendimento dos agricultores monçanenses. Pretende-se igualmente criar uma oportunidade de trabalho para os mais jovens.

O projeto encontra-se avaliado em 5 milhões de euros carecendo ainda da aprovação do Ministério da agricultura.

Pretendemos com a elaboração deste capítulo traçar a origem e evolução do vinho Alvarinho no que se refere as suas fases de produção e comercialização, no capítulo seguinte iremos refletir acerca das técnicas produtivas para no final abordar a importância da produção do Alvarinho para o concelho de Monção.

6.3 O Alvarinho. Métodos produtivos.

Para a compreensão das práticas culturais associadas à produção do Vinho em geral e do Alvarinho em particular foi imprescindível a consulta da obra “ A região demarcada dos Vinhos Verdes um século de História” assim como as entrevistas realizadas aos produtores. As fases inerentes a produção iniciam com o cultivo passando pela enxertia, a poda e a empa e a rega. Existem igualmente diferentes formas de condução da videira. Há posteriormente à colheita (vindima) todo um processo que engloba: a vinificação, fermentação, análises e o engarrafamento.

Os processos inerentes à produção do vinho Alvarinho não diferem da produção dos restantes vinhos verdes e de vinhos produzidos em outras regiões.

¹⁶ 9 Jan 2012. Edição Público Porto Susana Ramos Martins disponível em: <http://www.pressdisplay.com/pressdisplay/viewer.aspx>

A enxertia começou a ser praticada aquando da invasão filoxérica devido à resistência das raízes das espécies americanas à picada do inseto. Este processo consiste na junção de duas videiras de origens diferentes. Uma com o sistema radicular resistente à filoxera, denominado porta excerto ou cavalo, a outra corresponde a parte aérea denominado garfo ou cavaleiro. O porta – excerto é proveniente das videiras americanas e/ou dos seus cruzamentos e o garfo obtém-se das castas aptas à produção de vinho¹⁷.

A poda realiza-se anualmente durante o período de descanso vegetativo. Este trabalho é moroso e revela-se minucioso uma vez que é necessário alcançar o equilíbrio. Deste equilíbrio depende não só o regular desenvolvimento das videiras mas também a quantidade e qualidade das uvas da próxima vindima. Isto é, uma poda que permita um exagerado desenvolvimento da planta levará a uma elevada produção mas de baixa qualidade mas se for demasiado severa poderá prejudicar a qualidade dos cachos¹⁸.

Simultaneamente à realização da poda efetua-se a empa que consiste em dobrar a vara e amarrá-la com um arame. Este processo permite regularizar a rebentação. Esta prática é comum nos novos sistemas de condução de vinhas que falaremos adiante¹⁹.

Quanto à rega é fundamental em três momentos do ciclo anual: no início do crescimento vegetativo (inícios da primavera); depois da poda quando o bago começa a crescer; na época da maturação para permitir que os ácidos se transformem em açúcares. Dadas as condições climáticas da região dos vinhos verdes raramente se revela preciso regar antes da época de maturação²⁰.

No que se refere aos sistemas de condução, estas correspondem a forma de instalação da vinha e dependem de um conjunto de decisões culturais: compasso de plantação (mxm), isto é o afastamento entre videiras; densidade de plantação (nº de videiras/ha); orientação das linhas; formas de condução da videira (nº, orientação altura e largura das sebes, altura do tronco ou dos cordões); tipo de poda (curta, longa, mista) e carga à poda (número de olhos/ha); intervenções

¹⁷ www.vinhoverde.pt/pt/vinhoverde/tecnologia/amanhosdavinha.asp.

¹⁸ idem

¹⁹ Idem

²⁰ Idem

em verde (desponta, desfolhas, mondas) e o revestimento do solo (permanente, mobilizado). Estas decisões são condicionadas pela escolha do encepamento, características do terreno e por razões de ordem económica.

Característicos da Paisagem do Noroeste de Portugal são as vinhas conduzidas por uveiras ou enforcados, arjões e ramadas que cobrem os caminhos e se entrelaçam nas árvores que cercam os campos.

A uveira ou vinha de enforcado corresponde à forma mais antiga. Consiste em plantar de uma a quatro videiras junto a uma árvore e deixá-las crescer livremente entrelaçando-se com os ramos da árvore de suporte. Estas videiras podem atingir grandes proporções. Estas não necessitam de muito espaço e podem ser podadas apenas ano sim, ano não, cada pé pode produzir vários cestos de uvas. São vários os inconvenientes associados a esta forma de condução: apesar de produzir em maior quantidade o vinho é de menor qualidade; é mais suscetível a doenças; os tratamentos são difíceis de realizar; a maturação das uvas é tardia e muitas vezes incompleta o que se traduz num baixo teor de açúcar e consequentemente de álcool. A vindima é feita com recurso a grandes escadas de “passais” o que torna esta atividade perigosa.

Os arjões ou arjoados são resultantes de uma evolução e intensificação das uveiras relacionadas com a difusão do arame. Consiste em estender fios de arame de 6 a 8 metros e deixar as videiras subir e expandir-se. Esta forma de condução tal como as uveiras são típicos de uma produção vinícola não especializada complementada com outras culturas. Tira proveito da produção sem ocupar espaço no solo e sem necessitar de mão de obra.

As ramadas ou latadas consistem em estruturas horizontais, de ferro ou de madeira e arame sobre esteios geralmente de granito. A vantagem da latada é que permite aproveitar espaços improdutivos.

A modernização da vitivinicultura nacional também se verificou nas formas de condução. A forma de instalação de vinhas na região dos vinhos verdes requer estruturas de suporte distintas das que se verifica noutras regiões. Os sistemas de condução modernos foram concebidos para facilitar os trabalhos da vinha e melhorar as condições de produção sem alterar os princípios tradicionais da cultura do vinho, são eles: o bardo, a cruzeta e o cordão.

O bardo é o sistema de condução de vinha contínua baixa mais antigo na região. Consiste numa linha de esteios com 1,5m a 2m de altura, espaçados de 6 a 8 metros que sustentam 4 a 6 arames. As videiras são geralmente plantadas a um compasso apertado (Cerca de 1 metro de intervalo) e espalmadas permitindo que comece a frutificar à altura do primeiro arame, ou seja, muito próximo do solo. Esta forma de condução permite o tratamento mecanizado. Todavia o sistema implica uma poda excessiva originando desequilíbrios vegetativos e produtivos. Estas vinhas para além de ter uma curta longevidade também têm uma produção irregular.

A cruzeta na sua forma original consiste num poste vertical de 2 metros de altura ou mais, e outro na horizontal formando uma cruz. O poste horizontal mede entre 1,5 e 2m e deve distar do solo entre 1,5m a 2,5m. As extremidades dos braços das sucessivas cruzes devem distar entre si de 5 a 8m, sendo unidas por um fio de arame. Junto de cada cruzeta plantam-se quatro videiras que acompanham aos pares, os braços da cruz, seguindo depois cada uma o seu arame. As videiras assim plantadas são depois podadas de forma a que a folhagem e os frutos se desenvolvam apenas na parte da planta que se apoia sobre o arame, formando dois longos cordões paralelos. O inconveniente desta forma de condução deve-se a dificuldade de plantação e as dificuldades no tratamento da videira (ver foto 2 e 3 em anexo).

Quanto ao cordão, este é considerado uma evolução das cruzetas embora possua semelhanças com os bardos ao nível da estrutura de suporte. Esta é composta por linhas de esteios espaçados entre 6 e 8 metros e distantes entre si 2,5 a 3 metros, nos quais se apoiam arames, a partir de 1,2 metros de altura. A intensão é que a videira chegue a esses arames sem ramificações, deitando-se sobre ele, al como sucede nas cruzetas para aí se situar o processo vegetativo. O sistema pode ser de cordão simples existindo apenas um arame de apoio à videira (a cerca de 1,5 metros do solo) e um ou mais arames mais finos para permitir que o desenvolvimento vegetativo se agarre e melhore assim a exposição das folhas e sobretudo dos cachos; ou cordão sobreposto com dois arames a suportar a videira (o primeiro, ligeiramente mais baixo do que no caso do cordão simples; o segundo, uma altura idêntica aquela que se verifica nas cruzetas) e um outro de apoio ao desenvolvimento vegetativo da videira que ocorre no arame superior (ver fotos 3, 4 e 6).

Este sistema tem várias vantagens, nomeadamente no que se refere aos tratamentos, reduzem consideravelmente as probabilidades de contágio radiculares de videiras doentes e permitem uma exposição e arejamento adequados. Como aspetos negativos salienta-se o facto deste sistema poder levar ao ensombramento da videira do arame superior e de, por vezes, ser necessário recorrer a escadotes e a reboque de tratores para se realizar a poda e a vindima.

Por fim dá-se o processo de vinificação que compreende à vindima a fermentação alcoólica e fermentação maloáctica²¹.

A determinação da data da vindima é extremamente importante e as novas tecnologias permitem determinar qual a data mais conveniente para colher as uvas.

A região dos vinhos verdes caracteriza-se por uma tardia maturação das uvas. A data da vindima é determinada por vários fatores de quais se destaca o grau de acidez. Devem ser asseguradas as melhores condições de transporte da uva para adega. Deve evitar-se que as uvas sejam amassadas pois dada as altas temperaturas que se verifica aquando das vindimas pode iniciar-se o processo de fermentação precoce. Já na adega as uvas são conduzidas a uma prensa. O método de vinificação dos vinhos brancos consiste em fazer fermentar o mosto depois de prensadas as uvas sem a presença de outros elementos que compõem o cacho. Este método recebe o nome de Bica Aberta. Quanto aos vinhos tintos, estes fermentam nos lagares (ou autovinificadores) depois de ralada a uva. Este método é denominado “curtimento”.

Após defecar , isto é, deixar sedimentar as substâncias sólidas mais pesadas, o mosto dos vinhos brancos é transfegado para novo recipiente onde vai fermentar. A fermentação alcoólica é o processo químico de transformação de açúcar em álcool. Neste processo é extremamente importante controlar a temperatura pois se atingir temperaturas muito elevadas poderão comprometer os aromas e levar ao aparecimento da indesejável acidez volátil. Existem várias formas de controlar a temperatura de fermentação: sistemas de refrigeração elétricos; chuveiros sobre cubas de aço inox e adegas bem frescas.

Quanto à fermentação Maloláctica, esta consiste na transformação do ácido málico em láctico, permitindo amaciar os vinhos. Esta fermentação diminui os aromas primários provenientes das

²¹ www.vinhoverde.pt/pt./vinhoverde/tecnologiavinificacao.asp

uvas, sendo desta forma mais utilizada nos vinhos verdes tintos. Os vinhos verdes brancos devem ser simultaneamente frescos e aromáticos.

No que se refere ao Alvarinho verifica-se que os diferentes produtores utilizam diferentes soluções técnicas na produção deste vinho. O tipo de solução técnica depende do perfil do vinho que se pretende alcançar: mais ácido ou mais fresco.

O modo de condução de vinhas preponderante é por cordão simples. Quanto aos tratamentos estes são frequentes a partir de abril para evitar doenças como o ioldio e o mioldio. Todos os produtores entrevistados têm vindo a introduzir alterações, principalmente na adega: há uma grande preocupação na higiene da mesma; investiu-se em vasilhas de aço inoxidável em detrimento das vasilhas em madeira e em sistemas de refrigeração cuja função é controlar a fermentação (ver fotos 7a 10).²²

No ponto seguinte pretendemos analisar a importância económica da produção de Alvarinho no concelho de Monção.

6.4 Importância económica e social da produção de Alvarinho no concelho de Monção.

Monção corresponde a um município com 211,51 km² de área e subdividido em 33 freguesias. O município é limitado a norte pela Espanha, a leste pelo município de Melgaço, a sul por Arcos de Valdevez, a sudoeste por Paredes de Coura e a oeste por Valença. As suas principais atividades económicas correspondem a: agricultura, pecuária, vinicultura, indústria, comércio, construção civil e serviços.

Dados disponíveis na agenda local 21 e no PDM do concelho indicam-nos que o concelho tem vindo a desenvolver o setor terciário. Efetivamente em 1991 o setor primário correspondia ao setor dominante (cerca de 46%), seguido do terciário responsável por 34,8%. Em Contra partida em 2001 o setor terciário passou a representar cerca de 50% e o secundário 30, 95%. Verifica-se assim que o setor primário tem vindo a perder destaque no cenário das atividades económicas à semelhança do que sucede noutras regiões do país. Esta situação poderá dever-se: a acentuada divisão da propriedade que reduz a possibilidade de uma agricultura empresarial e produtiva,

²² Ver entrevistas e breve caracterização dos produtores em anexo.

praticando-se uma agricultura de subsistência; por outro lado procura-se nas atividades secundárias e terciárias a atividade principal²³.

Apesar do decréscimo da atividade agrícola, no geral, a vitivinicultura e em especial a produção de Alvarinho tem vindo a destacar-se. Num artigo publicado no jornal de notícias de 28/10/2010 denominado: “ *Nova geração de Alvarinho*” revela-nos que se está a assistir a uma forte aposta na produção do Alvarinho. Efetivamente em 2008 foram efetuadas 66 candidaturas ao programa *Vitis de* apoio a reconversão e reestruturação das vinhas, em 2009 foram apresentadas 92 candidaturas e em 2010 verificaram-se 152, num total de 74 hectares. Este apoio ronda os 10600 euros por hectare de vinha a reconverter.

É opinião consensual entre os produtores que a produção de Alvarinho é a principal atividade económica do concelho. Corresponde ao produto agrícola mais produzido e a uma importante fonte de receita. No caso da Quinta da Cheira e da Baguinha produzem exclusivamente Alvarinho. A Quinta das Pereirinhas, Quinta de Paços e Adega Cooperativa de Monção produzem outras variedades além do Alvarinho. O Solar de Serrade indica-nos que a vitivinicultura é a sua principal atividade económica conciliada com o Turismo de habitação. Quanto ao Palácio da Brejoeira esta vivia essencialmente da produção de Alvarinho até 2010 altura em que desenvolveu uma atividade cultural abrindo as suas portas ao público.

A Quinta da Cheira exporta 60% da sua produção sendo a França o maior comprador seguido da Holanda e da Bélgica.

A Quinta da Baguinha exporta na ordem dos 33% sendo a Suíça a França e o Luxemburgo os principais mercados.

A Quinta das Pereirinhas, por sua vez privilegia a venda direta, no entanto, também exportam para o Brasil, França, Inglaterra e Espanha.

O palácio da Brejoeira indica-nos que 80% da sua produção se destina ao mercado interno e apenas 20% à exportação. Porém têm intensão de aumentar esta percentagem.

²³ http://www.cm-moncao.pt/portal/page/moncao/portal_municipal/AGENDA_21_LOCAL/Diagn%F3stico%20e%20plano%20de%20ac%20E7%E3o.pdf

No que diz respeito à produção galega de Alvarinho a maioria dos produtores não a vê como prejudicial apesar de reconhecerem que os galegos têm uma maior capacidade de se associar conseguindo produções muito superiores às da sub-região Monção e Melgaço. Todavia consideram que o Alvarinho produzido na Galiza não alcança a qualidade dos produzidos na sub-região.

Quanto à produção de Alvarinho noutras regiões do país as opiniões dividem-se. Há quem não o veja como ameaça; quem o considere benéfico e quem veja com algum receio. A Quinta da Cheira e Quinta de Paços não veem a produção de Alvarinho noutras regiões como uma ameaça alegando não atingir o mesmo nível de qualidade. O palácio da Brejoeira vê a produção de Alvarinho noutras regiões como benéfica uma vez que pode contribuir na elaboração de bons vinhos permitindo uma boa reputação da casta. A Quinta da Baguinha também vê a produção de Alvarinho com naturalidade dada o grande prestígio que alcançou. Já a Quinta das Pereirinhas vê esta situação com algumas reservas no entanto reconhecem que nada se pode fazer para o evitar.

Verifica-se que o Alvarinho detém uma grande importância económica e social no concelho de Monção sendo para muitos a principal fonte de rendimentos e para outros um complemento. Por outro lado o facto de ser uma casta amplamente premiada, quer nacional quer internacionalmente, leva ao reconhecimento e promoção de toda esta região.

A redação do capítulo 5 e respetivos sub - capítulos pretendeu dar a conhecer a casta Alvarinho; o surgimento do Vinho Alvarinho e o seu percurso; as técnicas produtivas inerentes e por fim a sua importância económica e social para o concelho. No capítulo 6. iremos abordar o Enoturismo e a forma como este segmento turístico se desenvolve quer em termos mundiais quer nacionais.

7. O Enoturismo.

O Enoturismo corresponde a um segmento turístico recente e transversal, isto é, corresponde à sinergia entre duas indústrias de extrema importância para o país, a vitivinicultura e o turismo. É um fenómeno que se enquadra no segmento mais abrangente denominado “ Turismo Cultural”

e em particular no segmento “ turismo gastronómico. O conceito de Enoturismo encontra-se em formação.

Segundo a carta europeia do Enoturismo corresponde << *a todas as atividades e recursos turísticos, de lazer e tempos livres, relacionados com as culturas materiais e imaterias, do vinho e da gastronomia autóctone dos seus territórios*>> (2006: 1).

Segundo Hall, citado por Costa (2003), o enoturismo é a visita a vinhas, estabelecimentos vinícolas, festivais de vinho, espetáculos de vinho, de modo a provarem os vinhos dessas regiões, sendo estes os fatores principais da visita.

Este segmento possui características que o distinguem dos demais segmentos pois envolve todos os sentidos: gosto, cheiro, tato, visão e audição. Encontra-se intimamente ligado à gastronomia e à experiência do local em que se desenvolve, às paisagens naturais e espaços ao ar livre.

É um género de turismo que se situa nos espaços rurais podendo por isso assumir um papel importante no desenvolvimento regional e na criação de emprego em regiões mais desfavorecidas.

Ana Isabel Inácio considera que: “ O Enoturismo surge como um novo Fôlego, pois implica uma redefinição das funções e dinâmicas destes espaços rurais e das suas economias” (INÁCIO, 2007: 1).

O turismo de Portugal através de um estudo realizado em 2006 determinou o Enoturismo como um dos 10 produtos estratégicos para o desenvolvimento do turismo em Portugal.

O surgimento deste segmento turístico parece estar associado aos seguintes fatores:

- Na atualidade os turistas possuem um maior nível de educação e experiência de viagem. Assim tornam-se mais exigentes nas suas escolhas desenvolvendo-se “nichos” turísticos isto é, formas de turismo motivados por interesses especiais, entre elas o Enoturismo e o turismo gastronómico (NOVELLI, 2005 cit por INÁCIO, 2007: 2);

- O interesse pelas questões ecológicas, sendo as férias no campo vistas como formas de práticas sustentáveis, aprendizagem, e educação ambiental (CAVACO, 1999, cit. por Idem, ibidem:2);
- A procura de tranquilidade e paz que o campo parece oferecer, a procura de produtos “ autênticos “, onde o vinho se integra, o contacto com as populações locais, entre eles os produtores de vinho e trabalhadores no processo produtivo e de transformação das uvas (idem, ibidem: 2);
- O interesse pela diversidade cultural e pelo seu reconhecimento, valorizando-se o tradicional e o diferente (RICHARDS, 2002, cit. por idem, ibidem:2);
- A procura de comidas e bebidas tradicionais (HJALAGER & RICHARDS, 2002, cit. por idem, ibidem:2);
- A procura de atividades ao ar livre e o interesse pelas propriedades benéficas ao nível da saúde que o consumo moderado de vinho oferece associado à busca de hábitos saudáveis e de um estilo de vida calma com que se coaduna esta atividade (HALL et al, 2003, cit por, idem, ibidem:3);
- Por motivos de saúde ou de nostalgia, as populações urbanas mais envelhecidas preferem este tipo de férias mais tranquilas. Verifica-se a opção pela diversidade de práticas, ou seja, pela pluriatividade turística, ao longo do ano (CAVACO 2006, cit. por idem, ibidem:3);
- Por fim, na atualidade procura-se muito mais do que viajar, procura-se uma experiência total, um maior enriquecimento, aprendizagem, divertimento, aventura, uma maior complexidade (idem, ibidem: 3).

A importância crescente deste setor verifica-se na realização de eventos com ele relacionados, como congressos nacionais e internacionais.

Efetivamente, em Portugal têm-se verificado algumas iniciativas tais como: as 1as jornadas de Enoturismo – O Centro de Portugal como destino de Enoturismo, que se realizaram a 6 e 7 de dezembro de 2011 no Museu do Vinho em Anadia e na Escola de Hotelaria e Turismo de

Coimbra. Este encontro permitiu analisar as potencialidades destes produtos no centro de Portugal, destacando as regiões vitivinícolas do Dão, Bairrada e Beira interior; analisar as tendências de procura quer nacional quer internacional; mas também permitiu a promoção dos produtos regionais a partilha de experiências e conhecimento para se debater as oportunidades e desafios do mercado.

Deste encontro resultaram as seguintes conclusões: A primeira é que os diversos agentes económicos da região centro se encontram empenhados a trabalharem entre si de forma a tornar a região atrativa, isto é, procuram a aliança entre os vinhos e restantes produtos gastronómicos.

Outra conclusão prende-se com a grande riqueza e diversidade eno- gastronómica, as diferenças entre as zonas marítimas e montanhosas. Esta diversidade revela-se complementar e não concorrencial, pois cada produção regional é resultado de uma geografia e história precisa. E precisamente neste aspeto que reside a componente cultural do Enoturismo, aspeto este que necessita ser trabalhado.

Visando responder a esta lacuna promoveu-se um projeto de Cooperação com a PACUENO, entre as Regiões Centro de Portugal e Castilla e León, aprovado no âmbito do POCTEP. Esta cooperação pode-se revelar um instrumento inovador promovendo a criação de rotas eno - gastronómicas complementares onde se valorize os recursos naturais, culturais e as atividades económicas que combinem produtos integrados originais e de maior valor acrescentado.

Por sua vez, realizou-se no Palácio da Bolsa (Porto) durante os dias 9 e 10 de novembro de 2011 o Fórum “ *Oporto wine tourism fórum 2011*”. Este encontro teve como objetivo analisar as potencialidades do enoturismo enquanto motor de desenvolvimento de cidades e regiões.

Concluiu-se que o setor se deverá basear na oferta de vinhos de grande qualidade; em paisagens de excelência; na tradição associada à cultura do vinho e da vinha, mas também nos recursos naturais, arquitetónicos e culturais únicos e distintivos de cada região.

Por outro lado, alertaram para a importância de os municípios colaborarem e cooperarem em si, visando alcançar uma oferta estruturada em torno de atividades e produtos complementares à

produção vinícola que possam atrair e fidelizar os visitantes. Neste aspeto, salientaram a importância do Marketing no posicionamento de qualquer destino turístico.

Deste encontro também se reforçou a convicção que o setor corresponde a uma experiência sensorial. O Enoturista não procura apenas provar novos vinhos, procura adquirir novos conhecimentos.

Por outro lado, a importância do vinho não se esgota à sua dimensão económica, o vinho relaciona-se intrinsecamente com a terra e as suas gentes, e estas constituem elementos fundamentais no seu desenvolvimento.

A nível internacional o enoturismo também marcou presença na Feira Internacional de Turismo, que se realizou em Madrid de 18 a 22 de janeiro de 2012.

Neste Evento foi apresentado, entre outros, o projeto Rotas de Vinho de Espanha que engloba 21 rotas de vinho que correspondem a 21 territórios com grande tradição vinícola. Estes territórios propiciam a exploração do território permitindo contemplar uma grande variedade de paisagens, culturas, tradições e modos de vida.

O que é importante frisar deste projeto é o facto deste se basear na participação e cooperação entre todos os agentes implicados na gestão e desenvolvimento do turismo, ou seja baseia-se num modelo de cooperação entre o setor público e privado.

Por outro lado, estas rotas garantem elevados padrões de qualidade e uma gama abrangente de produtos alicerçados em torno do vinho e da sua cultura. A oferta inclui uma série de atividades e serviços, que vão desde uma visita a uma adega ou degustação de vinhos, artesanato, visitas culturais, gastronomia, caminhadas e outras atividades relacionadas com a natureza.

Para além deste projeto, encontramos nesta feira a divulgação da Rota do Vinho de Ribeira do Douro e de La Rioja. Duas rotas de vinho espanholas que proporcionam experiências enoturísticas interessantes e criativas, sendo mais uma vez a oferta integral abrangendo várias dimensões.

Como se pode observar o Enoturismo é um setor que tem despertado o interesse de municípios e regiões pela sua capacidade de atração e pelos efeitos benéficos que poderão provocar nas

comunidades recetoras. O desenvolvimento do enoturismo numa região vitivinícola representa mais-valias a vários níveis, para os vitivinicultores, caves e adegas, para a região vitivinícola como região de destino de visitantes e para a comunidade local (GETZ, 2000, cit. por BRÁS 2010: 63,64). Permite igualmente a captação de novos mercados, de um maior número de visitantes que se assumem como potenciais clientes, quer para os agentes associados ao setor vitivinícola quer para os restantes agentes económicos localizados na região.

Constatámos, desta forma que o desenvolvimento desta atividade beneficia tanto o setor vitivinícola, como o destino e a comunidade local (idem, ibidem: 64).

Os benefícios ao nível do setor vitivinícola são os seguintes:

- Aumento das vendas de vinho;
- Aumento das margens de lucro;
- Educação dos visitantes e estímulo da lealdade à marca;
- Atração de novos segmentos de mercado;
- Melhorar a ligação aos distribuidores;
- Criação de novas parcerias;
- Teste de novos produtos.

Quanto ao destino destacam-se as seguintes vantagens:

- Aumento do número de visitantes;
- Incremento do valor das despesas dos visitantes;
- Atração de novos visitantes;
- Fidelização dos visitantes;
- Desenvolvimento de uma imagem única conjunta;
- Contrariar e gerir a sazonalidade.

Relativamente aos benefícios para a comunidade local destacam-se os seguintes:

- Atração de novos investimentos;
- Desenvolvimento de novos equipamentos e estruturas;
- Promoção do orgulho regional;
- Criação de eventos para residentes e visitantes.

Getz (2000 cit por idem, ibidem: 64) considera que os impactes económicos verificados numa região vitivinícola serão superiores caso se verifiquem as seguintes condições:

- Os turistas deslocam-se à região com a motivação principal pelo vinho;
- O rendimento gerado pelo enoturismo é por regra superior ao gerado por outros tipos de turismo;
- A sazonalidade no enoturismo é mais reduzida: tendência para os visitantes se deslocarem ao longo de todo o ano;
- O vinho, gastronomia e outros produtos típicos comercializados são produzidos, na sua maioria, localmente;
- Os lucros são reinvestidos na região, beneficiando a comunidade local;
- Os residentes locais encontram-se, na sua maioria, empregados nas atividades do setor do vinho e no turismo;
- Os serviços e as infraestruturas para os residentes são melhorados.

Posto isto, verifica-se que a dinamização desta atividade potencia a atração de um maior número de visitantes para uma região (idem, ibidem: 64).

Por outro lado, a que tem em consideração a sazonalidade que afeta a atividade turística, que se deve essencialmente a fatores institucionais, sociais e climatéricos. O enoturismo pode combater essa sazonalidade uma vez que apresenta um conjunto de atividades durante todo o ano relacionado com o ciclo produtivo do vinho e da vinha:

- É possível acompanhar o tratamento das videiras e o aparecimento e tratamento das uvas, observando a alteração das cores predominantes das paisagens dos vinhedos;
- Acompanhar as diferentes fases do processo de recolha, vinificação e armazenamento do vinho, isto é atividades que vão desde a vindima e trituração das uvas ao processo de fermentação e filtragem, passando pelos diferentes tipos de armazenamento e envelhecimento do vinho e visualização dos métodos de engarrafamento;
- É possível a realização de determinados eventos e atividades complementares em determinadas épocas visando contrariar os efeitos da sazonalidade.

Assim podemos considerar o Enoturismo uma atividade económica, cultural e social. É também transversal integrando-se no turismo natural, rural e cultural sendo o seu desenvolvimento benéfico tanto para os agentes económicos da região como para a comunidade recetora e visitantes. É um setor que para triunfar terá de ser baseado na cooperação entre os diversos agentes económicos, sociais e institucionais, cooperação esta que poderá ser a diversas escalas: local, regional, nacional e internacional.

Uma vez esboçadas as especificidades gerais do Enoturismo, iremos de seguida caracterizar o perfil do enoturista, tecer algumas considerações acerca do setor no contexto mundial, para de seguida refletir sobre a sua influência no contexto nacional.

7.1 O Enoturista.

Os visitantes de regiões vitivinícolas têm sido investigados por autores como Getz e Dowling (1999 cit por Pina 2010), Meyer (2004, cit por idem, ibidem) e Getz e Brown(2006 cit por idem, ibidem). Estes estudos incidem essencialmente nas preferências e comportamentos. Verifica-se que as motivações diferem ao nível da idade, interesse e nacionalidade. No estudo elaborado para o Turismo de Portugal, já mencionado, são identificados quatro tipos de enoturistas: o profissional; o apreciador de vinho; o narcisista e o consumidor regular.

O primeiro caracteriza-se por ser perito tanto em vinhos como na cultura vinícola. A idade medeia os 30 a 45 anos e possui capacidades para analisar com o responsável da adega ou enólogo as virtudes e/ou defeitos do vinho. É interessado e gosta de descobrir “ coisas novas”.

O apreciador de vinho corresponde a um indivíduo com idade compreendida entre os 25 e 30 anos, possui uma boa situação sócio – económica e aprecia vinhos e veem-no como forma de cimentar amizades, socializar. Gostam de viajar pelo país e com amigos.

O narcisista tem uma boa posição social e idade entre os 40 e 50 anos. A atração pelos vinhos prende-se simplesmente pela distinção social que confere. Fica satisfeito com um conhecimento básico mas capaz de impressionar. Atrai-se especialmente por adegas e vinhos de prestígio.

Por último temos o consumidor regular com idades entre os 50 e 60 anos. Caracterizam-se por visitar caves e adegas em grupos de Domingo e como alternativa ao bar. Apreciam o vinho mas não são muito exigentes.

Não obstante estas diferenças, podemos sintetizar 10 principais motivações dos visitantes:

- O gosto pelo vinho;
- Adquirir conhecimentos sobre o vinho;
- Vivenciar e experienciar a produção do vinho;
- Desfrutar da beleza do cenário rural;
- Combinar a gastronomia com o vinho;
- Participar em eventos ou festivais do vinho;
- Desfrutar da cultura e ambiência do vinho;
- Apreciar a arte e arquitetura das adegas, aldeias e vilas da região;
- Aprender os aspetos ecológicos do vinho;
- Aprender os benefícios do vinho para a saúde.

Verificam-se diferenças significativas entre as diferentes regiões do globo. Segundo Pina (2010:25) os visitantes das áreas vinícolas dos Estados Unidos da América, Austrália, Nova Zelândia e África do Sul procuram melhorar os conhecimentos dos vinhos e a degustação dos vinhos. Na Europa, por sua vez procura-se a boa gastronomia associada aos vinhos e admirar a

arquitetura e aldeias produtoras de vinho. Por outro lado há quem associe o vinho ao romance, elegância e cultura. Verifica-se igualmente uma crescente motivação dos visitantes pelas questões ecológicas, procurando aprender sobre o cultivo do vinho e práticas sustentáveis. Da mesma forma, Há quem viste regiões vitícolas associando o vinho à saúde.

No que se refere a Portugal escasseiam os dados acerca do perfil do enoturista nacional. Todavia é conhecido o perfil do consumidor Nacional a partir de um estudo realizado pela Comissão de Viticultura de Vinhos Verdes; Instituto do Vinho do Porto; Associação para a Escola Superior Biotecnologia da Universidade Católica realizado no ano de 2003. Este estudo teve como principais conclusões as seguintes:

- O número médio de garrafas compradas por mês pelo agregado familiar é de 9; a média da zona norte é superior às outras regiões sendo que os indivíduos com idades superiores a 65 anos os que mais compram. A decisão de compra é marcadamente masculina; os jovens e estudantes são compradores pouco ativos;
- Quanto ao preço que as pessoas estão dispostas a pagar depende da ocasião da compra, local e categoria do vinho. Verifica-se que a maioria compra vinho para oferecer (52%) preferindo comprar vinho mais caro na expectativa que este seja de melhor qualidade; as ocasiões para oferecer vinho são os jantares em casa de amigos, o Natal e a Páscoa. No que se refere aos vinhos mais baratos estes têm uma base de compradores maior;
- A designação VQPRD (Vinho de Qualidade Produzido em Região Demarcada) está associado a vinho de qualidade, apesar de variar de acordo com o rendimento, habilitações literárias e sexo;
- O local de compra preferido é o hipermercado, seguindo-se a compra direta no produtor e por último a internet e clube de vinhos;
- Consome-se mais em casa tirando os indivíduos com menos de 24 anos e solteiros que preferem consumir em restaurantes. Os homens consomem regularmente, enquanto que, as mulheres consomem essencialmente em ocasiões especiais;

- As fontes de informação mais utilizadas dividem-se em dois grupos: por um lado, o conhecimento pessoal e conselho de amigos e familiares; por outro a informação prestada no local de venda através do rótulo, contra rótulo e prateleira;
- O vinho tinto é preferido por ambos os sexos, seguindo-se a região de origem; Prefere-se os vinhos Alentejanos, tanto a nível de brancos como de tintos, seguidos dos vinhos do Douro no caso dos Tintos e da Região dos Vinhos Verdes para os Brancos.

Julgamos pertinente a apresentação do perfil do consumidor de vinho português pois este pode constituir um possível consumidor de experiências turísticas ligadas ao tema do Vinho e da Vinha.

7.2 O Enoturismo no mundo.

O Enoturismo tem-se desenvolvido de formas diferentes em diferentes continentes. Efetivamente verifica-se que na Europa, o continente com uma tradição vitivinícola ancestral o setor tem tido algumas dificuldades em se afirmar, ao contrário do que acontece no continente americano destacando-se os Estados Unidos da América, e na Oceânia, destacando-se a Austrália. Nestes últimos casos a produção de vinho é recente e tem sido acompanhado pelo desenvolvimento paralelo do Enoturismo (INÁCIO, 2007: 5).

Vejamos, em primeiro lugar o exemplo australiano por ser neste país onde este segmento turístico se revela mais dinâmico e mais apoiado tanto institucionalmente como particularmente. Neste país o desenvolvimento vitivinícola e o desenvolvimento enoturístico são praticamente simultâneos (Idem, ibidem:5). É também, o país onde esta atividade tem merecido um maior número de estudos e reflexões. Foi neste contexto que se realizaram os primeiros congressos relacionados com o tema, destacando-se o 1º congresso Australiano de Enoturismo, realizado em 1998, sendo igualmente neste ano que o governo desenvolve uma “Estratégia Nacional de Enoturismo”, estratégia que tem contribuído largamente para o seu desenvolvimento (idem, ibidem:5).

Este 1º Congresso Australiano de Enoturismo contou com a participação de 260 participantes oriundos dos 5 continentes²⁴. Este congresso teve como principais objetivos os seguintes:

- Entender a importância da ligação entre o setor vinícola e o turismo;
- A partilha de informação e de pesquisa relacionada com o enoturismo;
- Identificar oportunidades de parcerias visando o desenvolvimento do Enoturismo;
- Retirar lições a partir de estudos de casos de sucesso ao nível da gestão, marketing e de desenvolvimento regional de Enoturismo²⁵.

Podemos então verificar que a Austrália se interessou na criação de estratégias, na mobilização de fundos para edificar centros de referência do vinho desenvolvendo novas estruturas para a promoção do vinho (PINA 2010: 26).

Nos Estados Unidos da América verificámos a mesma dinâmica, um país onde a tradição vinícola é recente mas que se desenvolve paralelamente ao Enoturismo. Em Napa Valley, por exemplo são recebidos em média cerca de 5 milhões de turistas por ano. Segundo o Wine Institute, o número de adegas cresceu 26% entre 2003 e 2005 o que obrigou ao aumento da competição entre regiões e marcas de vinho levando à necessidade de elaborar estratégias para atrair um maior número de visitantes (idem, ibidem:26).

Os dois países mencionados caracterizam-se por um grau de inovação e sofisticação nas modalidades adotadas para o desenvolvimento enoturístico convertendo-se num volume de turismo interno e internacional de proporções consideráveis (INÁCIO, 2007:5).

Relativamente ao continente europeu, o cenário é diferente. O vinho juntamente com o pão e o azeite surge como uma forma de expressão cultural. A vitivinicultura corresponde a uma das atividades mais dinâmicas do mundo rural tendo sido fortemente subvencionada por fundos europeus (idem, ibidem:5). A área destinada a vinha na União Europeia totaliza cerca de 49% da

²⁴ Esta informação está disponível em:

<http://www.ret.gov.au/tourism/Documents/tra/Snapshots%20and%20Factsheets/wine%20tourism%20perfect%20partners.pdf>

²⁵ Idem.

área mundial²⁶. A Espanha possui a maior área de vinha (1,165 milhões de hectares), seguindo-se a França e a Itália. Portugal surge no 7º lugar em termos mundiais e em 4º em termos da União Europeia²⁷. No que se refere à produção destaca-se: a França, seguindo pela Itália e a Espanha²⁸.

A França para além de corresponder à líder mundial em termos de produção de vinho corresponde também à líder em termos de receção de turistas estrangeiros (79, 1 milhões em 2006) (ANTUNES & NOVAIS, 2009: 1256).

Segundo um estudo realizado pela THR (Asesores en Turismo Hotelaria y Recreación, SA) para o Turismo de Portugal em 2006, o setor gastronomia e vinhos, onde o enoturismo se inclui, origina na Europa cerca de 600000 viagens internacionais ao ano correspondendo a 0,25% das viagens de lazer realizadas por turistas europeus²⁹.

Os principais países emissores de viagens deste setor são a França e a Holanda. Estes dois mercados somam cerca de 180 mil viagens correspondendo a cerca de 30% do total das viagens de gastronomia e vinhos.³⁰

Todavia, ao contrário do que sucedeu nos Estados Unidos da América e na Austrália, a constituição de uma oferta enoturística europeia sofreu mais resistência, principalmente dos agentes relacionados com a produção do vinho. Esta relutância poderá dever-se ao facto das regiões serem já conhecidos e reconhecidos juntos dos mercados, dispensando assim esta forma de turismo para se autopromoverem, não necessitam dela para o reconhecimento da marca nem para o escoamento do produto (INÁCIO, 2007: 7). Assistiu-se a esta situação em França, na região de Bordéus ou no Medoc com os grandes produtores.

Em contrapartida, os pequenos e médios produtores, com menor visibilidade e competitividade encararam esta forma de turismo como uma forma adicional de venda dos seus vinhos, ou de

²⁶ Dados disponíveis no site do Instituto da Vinha e do Vinho, I.P: http://www.ivv.min-agricultura.pt/np4/?newsId=1363&fileName=FN_n_4_Conjuntura_Mundial_rev.pdf

²⁷ Idem.

²⁸ idem

²⁹ Dados disponíveis em:

[http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/turismodeportugal/Documents/Gastronomia%20e%20Vinhos.p](http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/turismodeportugal/Documents/Gastronomia%20e%20Vinhos.pdf)

[df:](http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/turismodeportugal/Documents/Gastronomia%20e%20Vinhos.pdf)

³⁰ idem

outros produtos a estes direta ou indiretamente relacionados. Por outro lado, consideraram a adesão a esta modalidade turística vantajosa no sentido de adquirirem conhecimentos sobre os consumidores e os seus gostos (idem, ibidem).

Posto isto, podemos considerar que o Enoturismo Europeu se baseia essencialmente num conjunto considerável de pequenos e médios produtores e pela reduzida presença de grandes produtores.

Este fenómeno poderá ter outras explicações relacionadas com o próprio funcionamento da própria indústria vitivinícola. Uma das explicações deve-se ao facto de não existir uma política de “porta-aberta” face a estes clientes/turistas sendo necessário o agendamento das visitas com alguma antecedência. Por outro lado, grande parte dos produtores europeus não comercializa os seus produtos diretamente recorrendo a intermediários ou engarrafadores que o fazem, logo não possuem um papel ativo junto dos turistas e não têm interesse em alcançar essa visibilidade. E ainda, podemos juntar a estes fatores, o facto do Enoturismo Europeu ser ainda uma pratica de turismo cultural sobretudo individual. Só alguns produtores estão preparados para receber grupos, grandes grupos de excursões e circuitos (idem, ibidem:7).

Na França, o Enoturismo desenvolveu-se segundo duas formas distintas:

- Por um lado assistimos a um forte investimento em infraestruturas, incluindo museus, centros de investigação, criação de rotas, restaurantes, alojamentos, etc. Por exemplo, a região da Borgonha possui rotas de vinho sinalizadas, aldeias tradicionais, museus, percursos em cruzeiros, e spas vitícolas. A Alsácia, por sua vez, possui cerca de doze museus que se encontram ligados a uma rota específica (idem, ibidem:7);
- Por outro, assistimos à associação de produtores ou clubes de vinhos que se associam visando a promoção do enoturismo junto aos turistas, como é o caso do Great Wine Clube dos Chateaux do Languedoc (idem, ibidem: 7).

Verifica-se assim, no primeiro caso à preocupação de ter uma estrutura prévia dedicada a atividade enoturística. No segundo caso, o Enoturismo acontece baseando-se em estruturas pré-existentes, impulsionada por agentes privados (idem, ibidem:7-8).

Na França, o Enoturismo está intimamente relacionada com a tradição e prestígio dos seus vinhos, assim como pela forte ligação à história.

Em Espanha, encontrámos algumas semelhanças com o enoturismo francês, no que respeita a ligação ao passado. Todavia encontrámos nas regiões vitícolas espanholas a aposta na inovação, destacando-se a região da Rioja. Nesta região encontrámos a combinação entre tradição e inovação. Exemplo disso é o hotel Marquês de Riscal da autoria de Frank O. Gehry. O seu restaurante é detentora de uma estrela Michelin, possui um spa sendo que os produtos utilizados são exclusivamente da marca francesa Caudalie, produtos estes, elaborados à base de uva e de componentes retirados da semente da uva. Realizam igualmente tratamentos de vinoterapia (idem, ibidem:8).

Na Rioja foram concebidos produtos culturais que incluíam gastronomia e vinhos, algumas das infraestruturas existentes na região foram renovadas de forma a albergar estas atividades e também se investiu em infraestruturas de raiz (idem, ibidem:8).

Deste modo, podemos verificar que o Enoturismo apresenta uma evolução crescente em todo mundo. Esta atividade associada e/ou integrada com a gastronomia, agroturismo, ecoturismo, tem-se expandido especialmente nas grandes regiões vitivinícolas mundiais, embora com diferentes dinâmicas. Assim em países com tradição vitivinícola recente, como a Austrália e Estados Unidos, assistimos a uma grande aposta na inovação e sofisticação. Em contrapartida na Europa, a imposição deste setor tem sido gradual. Esta, baseia-se na tradição e no prestígio, mas também na capacidade de se reinterpretar e reinventar essa mesma tradição com recurso a criatividade e modernidade.

7.3.0 Enoturismo em Portugal.

Portugal é um país rico em regiões vitivinícolas, cada uma destas regiões com as suas especificidades. O país dispõe de uma grande variedade de vinhos, estando reconhecidas e protegidas 31 denominações de origem e 10 indicações geográficas.

No cenário nacional destacam-se os seguintes vinhos:

- Vinho do Porto e do Douro – produzido na região do Alto Douro corresponde à região demarcada mais antiga do mundo (1756);
- Vinho da Madeira – foi considerado no século XIX um vinho de requinte nas cortes europeias, sendo exportado para Inglaterra, França, Flandres e Estados Unidos da América;
- Vinho do Pico – no século XVIII foi largamente exportado para o Norte da Europa e para a Rússia;
- Moscatel de Setúbal – Importado pela Inglaterra desde o século XIV;
- Vinho Verde - vinho de mesa, consumido preferencialmente frio. Região demarcada desde 1908;
- Vinhos do Dão – vinho de mesa, região demarcada desde 1908;
- Vinhos do Alentejo – região vitivinícola recente (Vidigueira, Redondo, Borba e Reguengos).

Relativamente a regiões vitivinícolas destacam-se a Região do Alto Douro Vinhateiro e da Paisagem da Cultura da Vinha da ilha do Pico, ambas classificadas como património mundial pela Unesco.

No primeiro caso, a classificação deve-se a paisagem que combina o vale do Douro com a ação antrópica que adotou o espaço às necessidades agrícolas. As características do terreno são aproveitadas através dos socalcos, preservando-o da erosão e permitindo o cultivo da vinha e a produção do vinho do Porto.

No caso açoriano a atribuição deve-se à representação da arquitetura tradicional, do desenho da paisagem e dos elementos naturais. As vinhas são plantadas nas fendas do basalto, conferindo um caráter único à paisagem, resultado do esforço do homem em tornar uma área considerada improdutiva em produtiva.

No estudo realizado para o Turismo de Portugal, mencionado acima, o segmento gastronomia e vinhos surge como um dos dez produtos estratégicos nacionais, capaz de diminuir a elevada

sazonalidade da atividade turística. Este estudo prevê para Portugal, numa visão a 10 anos, um crescimento da procura de *Gastronomia e Vinhos* na ordem dos 10%, apostando-se essencialmente na Região Norte, Centro e Alentejo como principal motivo da visita e, constituindo nas restantes regiões um produto complementar.

Tem-se vindo a explorar em Portugal algumas formas de Enoturismo assentes nas regiões vitivinícolas, cada uma com as suas particularidades. Destaca-se a região do Douro. Esta região corresponde a um território singular, com uma forte identidade paisagística, cultural, social e económica. Como já foi referido, corresponde a 1ª região vitivinícola demarcada e regulamentada do mundo e é reconhecida com património mundial pela Unesco desde 2001. Todavia os indicadores sócio – económicos ficam aquém da média das principais regiões vinhateiras europeias. Com vista a superar estes constrangimentos a região tem vindo a investir na requalificação urbana, na modernização vitícola e enológica, assim como, na afirmação da sua identidade cultural, patrimonial, natural e paisagística. Não obstante este investimento a região apresenta ainda fragilidades estruturais que implicam um novo olhar sobre o território (INÁCIO, 2007: 9). Efetivamente, a região divide-se em 3 grandes sub-regiões: Baixo Corgo, Cima Corgo e Douro Superior. Assim, a região possui uma realidade complexa pela concorrência e confluência de interesses.

As modalidades desenvolvidas no douro são as seguintes:

- Visitas às adegas e caves, possivelmente a modalidade mais emblemática e antiga;
- Os cruzeiros no Douro;
- Visitas aos Museus do Douro, Museu do Vinho do Porto, Museu “ O 1979 “ e ao Museu da Casa do Douro no peso da Régua, onde se expõe as tradições ligadas à produção e distribuição do vinho do Porto e onde se pode aprofundar o conhecimento sobre o vinho do Porto;
- Visitas guiadas aos vinhedos das muitas Quintas existentes;
- Ago-turismo ou o alojamento temático como é o caso da Vintage House no Pinhão;
- Passeios de helicóptero;

- SPAS vitivinícola com categoria e projeção internacional como é o caso do Aquapura Douro Valley;
- A rota do vinho que integra toda a região vinhateira;
- As aldeias vinhateiras;
- Os centros de interpretação e de visitantes;
- Os festivais e eventos enoturísticos, como por exemplo a realização do evento “ Essência do vinho”, que se realiza anualmente no Palácio da Bolsa do Porto.

Como se pode verificar, a realidade duriense caracteriza-se por uma grande diversidade de iniciativas turísticas. Considera-se que é nesta diversidade que reside a atratividade turística, funcionando na lógica de destino integrado e da capacidade de atração turística conjugada (Idem, ibidem: 9-10). Esta região tem conseguido desenvolver e incentivar a complementaridade entre o setor turístico e a vitivinícola (idem, ibidem: 9 - 10).

No Douro destacam-se as estruturas de Agroturismo que integram alojamento, sendo as seguintes as que possuem um maior impacto (idem, ibidem: 9 – 12)

- A Quinta da Pacheca, distinguida com o prémio internacional Best of Wine Tourism em 2006 recebe sensivelmente doze mil visitantes por ano. A quinta localiza-se em Cambres e corresponde a uma sociedade agrícola e turística de cariz familiar assente numa infraestrutura de tipo tradicional. Dedicam-se ao Enoturismo desde 1996 de uma forma permanente e dinâmica, não sendo necessária a marcação para visitas que incluem: lagares antigos, armazéns, a loja, o museu e a sala de provas de vinhos. Para além do vinho, os turistas conhecem outros produtos locais, nomeadamente gastronómicos que combinam com os vinhos da Quinta;
- A Quinta da Nossa Senhora do Carmo é resultado do aproveitamento e dinamização de infraestruturas existentes, adaptando-as a atividade enoturística. Esta unidade foi igualmente premiada em 2006 pela *Revista de Vinhos* com o “ Melhor Enoturismo”, em 2007 é galardoada com o “ Best of Wine Tourism Award”. A Quinta oferece visitas guiadas às vinhas e a adega datada de 1764, aqui as melhores uvas ainda são pisadas

a pé em lagares de granito. A visita inclui também a sala de barricas e a garrafeira subterrânea. As visitas podem ser realizadas regularmente durante todo o ano e são gratuitas (exceto segundas feiras). No entanto, possuem programas específicos correspondendo a visitas mais complexas proporcionando experiências mais ricas e que têm uma procura considerável: 1 a 3 dias nas vindimas; 1 dia no Douro, 4 dias na quinta, a "lagarada" que inclui a pisa durante 2 horas em lagares tradicionais de granito e depois a prova do mosto do lagar, acompanhada com pão tradicional, e as provas dos vinhos.

Poderíamos abordar outros casos de sucesso no Douro como por exemplo o Aquapura Douro Valley e o Vintage House no Pinhão, entre outros (idem, ibidem: 12).

Verifica-se assim no Douro tanto o desenvolvimento agrícola como o turístico. Por outro lado, à semelhança do que acontece em França e Espanha, assistimos à associação entre tradição e inovação. A tradição é reinventada com recurso a criatividade e modernidade. A dinâmica do setor enoturístico deve-se a iniciativa privada. O Douro proporciona um turismo de qualidade o que resulta em benefícios não só económicos, mas sociais e culturais para a região (idem, ibidem: 12).

Relativamente à região centro, esta é rica em especialidades enogastronómicas e possui grande riqueza patrimonial. Os agentes económicos das diversas zonas da região centro estão empenhados em tornar os respetivos territórios mais atrativos.³¹

Todavia, destaca-se a região do Dão, segundo a Comissão vitivinícola do Dão (2005), a região encontra-se bem posicionada para atrair visitantes, sobretudo nacionais, devido à riqueza patrimonial e paisagística destacando-se Viseu "Capital do Vinho do Dão" para além das potencialidades dos municípios que integram a região demarcada do Dão.

Efetivamente assistimos na Beira à conversão de diversos solares em turismo de Habitação e em Agro – turismo. O antigo paço episcopal de Viseu foi restaurado e remodelado para albergar o Solar Do Vinho do Dão, onde se encontram instalados os serviços da Comissão Vitivinícola Regional do Dão responsável pela realização de inúmeros eventos relacionados com o Vinho,

³¹ Conclusões das primeiras jornadas de Enoturismo da Região Centro realizadas

destacando-se o “ Dão- vinhos & Sabores” pela sua projeção regional e nacional. Este evento permite aprofundar os conhecimentos ou iniciar a descoberta dos aromas e sabores dos vinhos.

Verifica-se que, um pouco por todo o país, se multiplicam ações em que se põem em contacto o público com a cultura do vinho. Numerosas adegas, herdades, quintas abrem as suas portas e permitem que o turista participe nas atividades relacionadas com a produção do vinho.

Não obstante a existência de atividades e experiências enoturísticas em Portugal, o setor apresenta várias lacunas. Segundo o Turismo de Portugal os principais obstáculos da implementação do Enoturismo são os seguintes:

- A inadequação das infraestruturas, equipamentos e serviços turísticos, isto é, o produto encontra-se pouco estruturado. São reduzidas as adegas, caves e restaurantes com infraestruturas e serviços adequados à atividade Turística, nomeadamente horários de funcionamento, pessoal qualificado, espaços apropriados para visitas, provas de vinhos, etc. É frequente encontrar caves e outras instalações turísticas fechadas em horário de normal atividade;
- A cadeia de produção de valor tem uma estrutura frágil devido a vários fatores que se encontram interligados. Por um lado, a maioria das empresas que opera no setor é de pequena e média dimensão que se caracterizam por um reduzido número de empregados. A reduzida dimensão empresarial é um fator que diminui a capacidade competitividade de Portugal, uma vez que não permite às empresas melhorar os seus processos de produção, tecnologia, informação de mercado, entre outros elementos;
- Verifica-se a ausência de produtos e experiências integrais pela falta de cooperação e colaboração entre os diversos empresários que operam no setor agravada pela ausência de mentalidade empresarial da maioria dos produtores de vinho. Há uma ausência de pacotes turísticos integrados ou de *Tours* estruturados. A maioria dos *Tours* são *à la carte* que dependem da disponibilidade das caves. Na região do Douro há caves que prestam um bom serviço mas operam sozinhas; A maioria da oferta de qualidade de Gastronomia e Vinhos em Portugal restringe-se a algumas caves que possuem as estruturas adequadas à atividade turística e à realização de diversas atividades;

- Ausência de recursos humanos especializados: os funcionários das empresas do setor não dominam idiomas. Nas adegas é frequente encontrar o próprio produtor a fazer as visitas e raramente têm um funcionário a trabalhar especificamente com o público. Nos restaurantes são raros os empregados que sabem sugerir o vinho adequado a cada prato e a temperatura ideal. O serviço prestado é geralmente de fraca qualidade.

Para além destes fatores principais, o estudo enumera outros fatores que dificultam o desenvolvimento do setor, como por exemplo:

- Ausência de sinalização específica para as rotas de vinho;
- Ausência de informação e mapas explicativos sobre as rotas;
- Insuficiente qualidade das instalações (restaurantes e adegas);
- Inexistência de restaurantes de qualidade integrados nas rotas;
- Inexistência de transporte organizado para aceder às adegas;
- Insuficientes alojamentos de charme e qualidade nas rotas;
- Insuficientes postos de turismo nas rotas;
- Modelo de Gestão das Rotas ineficiente;
- Falta de preparação turística dos produtores de vinho³².

Após tudo que foi enunciado, é legítimo afirmar que Portugal apresenta potencialidades para desenvolver o setor enoturístico, não obstante as lacunas identificadas. Considerámos que o país deverá apostar num conjunto de ações que promova a valorização das especificidades de cada região vinícola. Este produto turístico deverá basear-se nos produtores de vinho aliados a outros serviços visando a criação de uma cadeia de valor coerente (PINA, 2010: 30). Para se alcançar este objetivo será necessário:

- Reduzir a excessiva dependência das regiões de Turismo;

³² Informação disponível em

<http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/turismodeportugal/Documents/Gastronomia%20e%20Vinhos.pdf>

- Trabalhar os segmentos de mercado estratégicos já identificados em diversos estudos, nomeadamente no realizado para o turismo de Portugal, que correspondem aos apaixonados pelo vinho; os interessados no vinho e por último os curiosos;
- Identificar o património e os elementos suscetíveis de conferir originalidade a uma região;
- Criar uma imagem forte, assente na história, tradição e cultura portuguesa;
- Cooperação e integração de esforços dos agentes públicos e privados;
- Estratégia única e integrada sendo necessária uma visão e uma abordagem com *Master plans* integrados, definidos entre todos os intervenientes na cadeia de valor, e entre eles próprios e os agentes de turismo;
- Apostar na qualificação dos intervenientes para que a imagem de marca seja coerente;
- Qualificação dos recursos naturais e culturais, dos equipamentos e infraestruturas, imprescindíveis para uma oferta de qualidade;
- Organização e consolidação da Oferta para incrementar o nível de maturidade do Enoturismo;
- Criação e consolidação de uma marca sendo a sua gestão um fator determinante para a competitividade e valor acrescentado do Enoturismo em Portugal.

No cenário Nacional destaca-se o Douro pela sua capacidade de atração e pela qualidade do serviço prestado. Considerámos ter definido o enoturismo e as suas especificidades e julgámos ter conseguido demonstrar a sua dinâmica ao nível internacional e nacional. De seguida, iremos abordar as rotas de vinho, uma das manifestações mais características do Enoturismo, procedendo à caracterização do conceito, ao seu enquadramento legal, passando pela demonstração de algumas rotas internacionais e introduzir a problemática das rotas nacionais.

8. As rotas de vinho.

As rotas de vinho correspondem à manifestação mais popular do enoturismo, quer a nível internacional quer nacional. Não obstante essa popularidade carece ainda de uma definição

concreta e de um enquadramento legal. Pretendemos com a elaboração deste capítulo definir o conceito de rotas de vinho e refletir acerca do seu surgimento e respetivo enquadramento legal. De igual forma, é nossa intenção demonstrar a forma como elas se manifestam a nível internacional para contrapor com o caso nacional.

8.1 As rotas de vinho. Definição do conceito.

As rotas de vinho correspondem a um produto turístico cuja principal função é promover e divulgar o vinho de uma região demarcada específica.

Segundo Brás (2010: 73) uma rota de vinho deve ser entendido como um meio para promover o desenvolvimento do território visando a qualificação e a internacionalização das atividades ligadas à vitivinicultura. Pode ainda ser considerada um itinerário cultural (idem, ibidem: 73).

Encontrámos uma definição institucional na legislação italiana que as define como percursos sinalizados que destacam os valores naturais, ambientais e culturais, explorações vitivinícolas, individuais ou associadas, abertas ao público, constituindo instrumentos através dos quais os territórios agrícolas e as suas produções podem ser divulgados, comercializados e dispostos em forma de oferta turística (AREV, 2002 citado por COSTA & DOLGNER: 4).

No Plano Integral da Qualidade do Turismo Espanhol 2000-2006 encontrámos a seguinte definição: *“integração sob um mesmo conceito temático dos recursos e dos serviços turísticos de interesse, existentes e potenciais, de uma zona vitivinícola, definidos desde a autenticidade e da vocação vivencial, com o fim de construir um produto com a identidade própria do destino, de facilitar a comercialização conjunta em toda a região e de garantir o nível de satisfação da procura, impulsionando assim o desenvolvimento socioeconómico integral da mesma”* (Secretaría de Estado de Turismo, 2000; cit por TORRE, Genoveva et alia, 2007:9).

Em Portugal não dispomos de um diploma legal que defina o conceito e que proceda ao respetivo enquadramento legal, encontrando-se definições apenas nos regulamentos internos das rotas existentes. Na Rota do Dão encontrámos a seguinte definição no artigo 1º:

1. *A rota do vinho do Dão, a seguir apenas designada por Rota, tem por objetivo estimular o desenvolvimento do potencial turístico da Região Demarcada do Dão nas diversas vertentes da cultura vitivinícola e da produção de vinhos de qualidade.*
2. *A rota do Vinho do Dão deverá integrar um conjunto de locais dentro da região demarcada do Dão, associados à vinha e ao vinho, organizados em rede e devidamente sinalizados, que possam suscitar um reconhecido interesse por parte do turista, através de uma oferta rigorosamente selecionada e caracterizada.*
3. *Poderão ainda ser abrangidos na Rota outros locais situados em freguesias limítrofes à Região Demarcada do Dão, desde que não abrangidos por rotas de outros vinhos.*
4. *.Devem, também, ser associados à Rota, todos os elementos que a possam valorizar, como: Turismo cultural, artesanal, folclórico, paisagístico, monumental, etnográfico e gastronómico.*

Quanto à Rota dos vinhos verdes encontrámos a seguinte definição: *A rota dos vinhos Verdes tem como objetivo estimular o desenvolvimento do potencial turístico da região demarcada dos vinhos verdes nas diversas vertentes da atividade vitivinícola e da produção de vinhos de qualidade. Integra um conjunto de locais dentro da região associados à vinha e ao vinho, organizados em rede e devidamente sinalizados, que possam suscitar um reconhecido interesse por parte do turista, através de uma oferta rigorosamente selecionada e caracterizada. Integram a Rota 67 aderentes, entre os quais adegas cooperativas, produtores-engarrafadores, armazenistas-vinificadores, associações de cooperativas, restaurantes e associações de viticultores.*

*Todos estes aderentes foram vistoriados e certificados como tendo nas suas instalações todos os critérios exigíveis para uma receção aos eno-turistas de alta qualidade*³³.

Já o regulamento da rota do vinho do Porto nos indica as rotas como “ instrumentos privilegiados de organização e divulgação do Enoturismo”

³³ Disponível em:

<http://rota.vinhoverde.pt/aboutus.asp?iID=0&clienteID=07VNCLMACHHF9PGMV6X52NH7PKPQ3GUC&>

Em 2001 foi apresentado pelos promotores das rotas de vinho um projeto de diploma regulamentar das rotas de vinho em Portugal. Neste projeto, rota de vinho é definido da seguinte forma: “ uma rota é constituída por um conjunto de locais, organizados em rede, devidamente sinalizados, dentro de uma região produtora de vinhos de qualidade, que possam suscitar um efetivo interesse turístico, incluindo locais cuja oferta inclua vinhos certificados, centros de interesse vitivinícola, museus e empreendimentos turísticos” (NOVAIS & ANTUNES, 20: 1263).

Assim, uma rota é constituída por um conjunto de locais, organizados em rede, devidamente sinalizados, dentro de uma região demarcada suscetíveis de desencadear interesse turístico. Baseiam-se numa rede de associados, com uma organização própria, que deverão ter apoio institucional, ligados à indústria do vinho e com características e potencial turístico, que articulados entre si dinamizem a oferta turística do território ao qual estão veiculadas através de atividades associadas à cultura vitivinícola. Uma rota deverá permitir ao turista contactar com a diversidade cultural de um território.

Uma vez definido a noção de rota é fundamental refletir acerca dos critérios que um produtor/empresa deverá preencher para integrar uma rota, estes dividem-se em critérios relacionados com o vinho, à visita, às infraestruturas e aos serviços.

Em relação ao primeiro, os aderentes devem estar ligados direta ou indiretamente à cultura do vinho das regiões demarcadas, devendo os vinhos disponíveis para prova ou venda ser certificados.

Quanto à visita esta deve ser organizada englobando o acolhimento, apresentação da empresa, instalações, enquadramento da região. Os visitantes devem ser elucidados acerca das várias práticas inerentes à vinificação.

Para se aderir a uma rota deverá também ter-se em consideração as acessibilidades, o estacionamento, o acolhimento e as instalações sanitárias.

Relativamente aos serviços, considerámos que se deverá proporcionar visitas guiadas, assim como a prova e venda de vinho.

As Rotas de vinho proporcionam uma série de atividades que podemos sintetizar nas seguintes:

- Visita de caráter vitivinícola contemplando a vinha, os processos produtivos e o produto final;
- Visitas a centros de interesse vitivinícola e de interesse patrimonial e cultural (museus, ruínas, artesanato regional e demais pontos de interesse turístico);
- O alojamento, essencialmente o TER por estarem direta ou indiretamente ligados à cultura vitivinícola;
- Serviço de refeições que inclua a gastronomia típica da região suportado por uma lista de vinhos certificados da região;
- Animação turística, incluindo passeios nas vinhas, passeios de barco, informação sobre o modo de produção do vinho, passeios, provas, festas, quiosques multimédia, entre outros.

Assim, podemos afirmar que uma rota de vinho corresponde a um itinerário que engloba locais e sítios de elevada importância cultural e natural baseando-se na interação de diversos agentes público e privados: alojamento, restaurantes, produtores, autarquias, associações recreativas, espaços culturais, entre outros. Considerámos que, se uma rota for convenientemente planeada e gerida consistirá numa ferramenta privilegiada na promoção e divulgação da cultura vinícola de uma Região demarcada. Após esta pequena reflexão acerca do conceito de rota do vinho iremos seguidamente apresentar a forma como as diferentes regiões do mundo concretizam as rotas.

8.2 As rotas de vinho no mundo.

O enoturismo caracteriza-se pela deslocação de pessoas interessadas em conhecer determinadas regiões produtoras de vinho. As rotas, por sua vez, correspondem a um veículo privilegiado na promoção e divulgação de dada região demarcada. Permitem o contacto entre os visitantes e o mundo rural, assim como, a promoção do artesanato, do património arquitetónico, arqueológico, histórico, natural e gastronómico.

A inclusão de elementos relacionados com a cultura vinícola em ofertas turísticas organizadas e oficiais data da década de 20 do século XX, na Alemanha correspondendo à região vitivinícola do Palatinado. Esta Rota integra diversas cidades produtoras de vinho e estende-se por 85 Km³⁴. Na década de 60, existiam por toda a Alemanha rotas de vinho que integravam sete regiões vitivinícolas (HALL: 2002, cit. por INÁCIO, 2008: 6). A constituição destas rotas deveu-se essencialmente a capacidade de promoção e de venda junto dos potenciais clientes.

As rotas começam a ser comuns na Europa a partir da década de 70, e recentemente noutros países da América Latina, na África do Sul, Estado Unidos da América e Austrália.

Em 1988 criou-se a AREV que corresponde a uma organização internacional constituída por 55 regiões vitícolas da União Europeia a 27 Estados- membros e da Suíça. A organização foi criada com o intuito de promover e defender a cultura vitivinícola europeia junto das principais instâncias europeias e internacionais³⁵. Este organismo é responsável pela redação de um guia metodológico para as rotas de vinho visando facilitar a sua implementação. O guia é composto por 5 secções principais:

- A primeira visa conhecer os visitantes, entender as suas motivações e necessidades;
- A segunda define os requisitos (serviços mínimos e de qualidade) para que se crie uma rota de vinhos, apresentando um guia de boas práticas que possam ser seguidas em cada uma das regiões;
- A terceira refere-se à produção de documentos de base para apoio à rota de vinho (regulamentos internos, especificações, manuais de gestão e desenvolvimento de atividades);
- A quarta refere-se aos potenciais associados, aos requisitos que devem contemplar (adeegas, organismos públicos, empresas agrícolas, restauração e catering, alojamento, operadores turísticos e agências de viagens, distribuidores, associações locais e regionais, escolas e outros estabelecimentos de ensino e serviços complementares);
- A quinta reforça a importância do Marketing.

³⁴ Informação disponibilizada em : <http://www.germany.travel/pt/cidades-e-cultura/aconchego/terra-do-vinho/regioes-vincolas/pfalz.html>

³⁵ Informação disponibilizada em: <http://www.arev.org/spip.php?rubrique18&lang=pt>

No âmbito da União Europeia surge igualmente o projeto Interregional Dyonisios em 1993, incluindo Portugal e oito regiões europeias (Langedoc – Roussillon, Borgogbe- Córsega e Poitou Charentes em França; Andaluzia e Catalunha em Espanha; e as regiões da Sicília e da Lombardia na Itália).

Também datado de 1993 é a fundação da Associação Movimento Turismo del Vinho, responsável pela dinamização do enoturismo italiano, sensibilizando e incentivando os produtores e adegas a abrirem as suas portas aos visitantes.

Recentemente, em 2006 desenvolveu-se o projeto *Vintour*, visando a criação da Rota de Vinho Europeia, este projeto concretizou-se num manual denominado *European Enotourism Handbook. Vintur Project*³⁶. Neste manual para além da definição do Enoturismo Europeu e dos seus pilares, indica os requisitos necessários para a obtenção do título de “itinerário europeu”. Deste projeto resultou igualmente a Carta Europeia do Enoturismo que para além de definir o conceito de Enoturismo ao nível europeu, define os objetivos para o desenvolvimento estratégico do setor, assim como, para a defesa e promoção do património vitivinícola.

Segundo dados da AREV no ano de 2002 existiam a nível internacional mais de 250 rotas de vinho, sendo que 215 se situavam na Europa. No cenário Europeu destaca-se a Itália que possui 98 rotas o que corresponde a 46% da oferta europeia e 39% da oferta mundial (NOVAIS & ANTUNES, 2002: 1263).

Não obstante os números apontados por esta Associação, neste estudo iremos apenas incluir aqueles que são promovidos e dinamizados pelas associações nacionais e pelas delegações de turismo de cada país, ou seja, o número de rotas diminui consideravelmente, por exemplo, no que se refere a Itália das 98 rotas contabilizadas pela AREV, apenas identificámos 24. (Ver tabela 1)

Efetivamente, a Itália corresponde a um país de longa tradição vinícola e gastronómica. No sítio web oficial do turismo italiano os vinhos encontram-se associados à gastronomia. No Enoturismo italiano destaca-se a ação do Movimento Turismo del Vinho, já mencionado. No sítio web da

³⁶ Disponível em: http://www.recevin.net/userfiles/file/VADEMECUM_ENOTURISMO_EN.pdf

associação estão disponíveis informações sobre numerosos eventos vitivinícolas para além dos itinerários possíveis de se realizar em 9 regiões: Abruzzo; Basilicata; Calabria; Campânia; Emilia-Romana; Friuli Veneza Giulia; Marche, Toscana; Umbria.

Destas regiões destaca-se a Campânia com 4 rotas, as restantes possuem 3, excetuando a Calábria e a Basilicata com apenas 1. No total estão disponibilizados no sítio web do Movimento Turismo del Vinho, 24 rotas³⁷ (Ver Tabela 1).

Quanto à França que corresponde ao Líder mundial na produção de vinho é igualmente líder mundial na receção de turistas estrangeiros. Neste país existem 15 rotas. No sítio web da France Guide³⁸ destacam-se 17 regiões vitivinícolas. Na região da Alsácia constituiu-se a mais antiga rota de vinhos francesa em 1953. Esta rota tem uma dimensão de 170km entre Marlenheim e Thann. No mesmo sítio web proporcionam-nos informações acerca de 9 rotas de vinho.

O governo Francês com vista a proporcionar uma melhor oferta enoturística desenvolveu em 2009 o rótulo “ Vinhedos e descoberta”. Esta iniciativa pretende fornecer aos turistas visitas culturais associados ao tema da vinha e dos vinhos, valorizando os recursos patrimoniais existentes em cada região. Este rótulo é concedido aos locais de interesse turístico de natureza vitivinícola num raio de 30km visando proporcionar aos turistas uma oferta integral e complementar, isto é, contemplando a restauração, alojamento, visitas a adegas e degustações, passeios e o património cultural e natural. É na Borgonha ao longo do Loire e do Rhône, no Sudoeste, e na região de Cognac que se pode encontrar os primeiros dez rótulos “ Vinhedos e Descobertas” pois combinam um vasto e rico património cultural a vinhas de renome internacional³⁹.

Quanto à Espanha, no sítio web do turismo espanhol encontrámos informação relativa a 14 rotas de vinho. As rotas de vinho espanholas nasceram do plano integral da qualidade do turismo espanhol elaborado pela secretaria-geral do turismo que se refere ao ano 2000 a 2006. Este plano tinha como principal objetivo contrariar a sazonalidade que caracterizava o turismo

³⁷ <http://www.movimentoturismovino.it/?lang=en§ion=itinerari>

³⁸ <http://br.franceguide.com/viagem-tematica/vinho-gastronomia/home.html?NodeID=119>

³⁹ Informação disponível em: <http://www.gouvernement.fr/gouvernement/tourisme-viticole-dix-sites-labelises-vignobles-et-decouvertes>

espanhol. A implementação das rotas espanholas iniciou-se com 6: El Penedés; Jumilla, La Mancha, Montilla Moriles, Rias Baixas e Utielle- Requena) (TORRE, Genoveva et alia 2007:9). A entidade responsável pela implementação e gestão das rotas de vinho espanholas é a Acevin (Associação espanhola de cidades de vinho), apoiada pela Secretaria Geral de Turismo⁴⁰.

Atualmente, Espanha conta com 16 rotas de vinho certificadas e 6 em vias de certificação⁴¹. Verifica-se uma forte promoção deste produto turístico através da Turespanhã, pela página web do turismo espanhol, assim como pelas oficinas de Turismo espanhol (Ver Tabela 1).

Finalmente, julgámos pertinente referir-nos ao caso alemão, que pretende no corrente ano promover-se através dos seus vinhos com a seguinte campanha *Cultura do vinho e natureza-alegria de viver e gastronomia*, esta campanha pretende atrair os amantes da natureza e da cultura às regiões vitivinícolas⁴². O sítio web do Turismo alemão, indica-nos a existência de 4 rotas de vinho: A Rota do Vinho, A Rota do Vinho do Mosela, A Rota do vinho da Região de Nahe e a Rota do vinho Saale- Unstrute. A última Rota mencionada corresponde à mais pequena, percorrendo apenas 60 Km. A maior corresponde à Rota do Mosela correspondendo a um percurso de 242 km. Em todas as rotas o visitante é incentivado a percorrer as regiões vitivinícolas a pé e/ou de bicicleta de forma a aumentar o contacto com a natureza mas também com o seu património cultural, tangível e intangível (ver tabela 1).

Verifica-se assim, que na Europa as rotas de vinho são fortemente dinamizados por movimentos associativos, quer regionais, quer inter-regionais. Encontrámos, igualmente uma forte promoção destas rotas pelas delegações de turismo de cada país. Não obstante considerámos que é em Espanha que se disponibiliza mais informação e que se verifica uma promoção mais concentrada.

No que se refere ao espaço extra europeu, são vários os países que têm, nos últimos anos, desenvolvido e promovido o Enoturismo, nomeadamente através de rotas. Neste cenário podemos destacar a África do Sul, Argentina, Chile e Estados Unidos da América.

⁴⁰ Disponível em: <http://www.acevin.es/>

⁴¹ Disponível em: <http://www.wineroutesofspain.com/rve1/index.jsp>

⁴² Disponível em: http://www.expreso.info/es/noticias/gastronomia/25249_alemania_se_promociona_con_sus_vinos

A África do Sul dispõe no sítio web do *Wines of South Africa* de 19 rotas dedicadas ao vinho. Todas estas são protegidas pela designação *Wine of Origin Scheme*.

A rota de vinho de Stellenbosch corresponde à primeira rota de vinho oficial da África do Sul, constituída em 1971. Na atualidade, a África do Sul dispõe de 19 rotas e goza da popularidade de possuir o melhor sistema de rotas do mundo. A rota de Stellenbosch continua a ser a mais popular, seguindo-se as rotas de Paarl e Franschhoek. As rotas de vinho sul-africanas proporcionam para além de passeios organizados às vinhas e adegas o contacto direto com o produtor. A cobrança por uma degustação é igualmente comum na indústria enoturística sul-africana.

Johan Bruwer indica-nos que a principal motivação para se realizar uma rota de vinho corresponde à visita às vinhas, adegas e ao contacto com os seus vinhos, para além das provas e compra dos vinhos. Outro motivo corresponde à beleza do território (BRUWER, 2003: 433). Este investigador indica-nos igualmente que os enoturistas das rotas sul-africanas, correspondem na sua maioria aos “wine lovers” que correspondem aqueles que provavelmente comprarão vinho (idem, ibidem: 434). É igualmente importante referir que 78% das receitas das quintas deriva de atividades enoturísticas (idem, ibidem: 434). O autor considera que a indústria enoturística da África do Sul é a mais desenvolvida e melhor estruturada sendo inovadora na forma oferta de produtos enoturísticos. O número de visitas às quintas integradas nas rotas de vinho é elevado e representa uma oportunidade para estas comercializarem os seus vinhos e fidelizarem os “clientes” (ver tabela 1).

Na América latina destacam-se dois Países: a Argentina e o Chile.

O setor vitivinícola argentino tem vindo a afirmar no panorama internacional pela qualidade dos vinhos produzidos.

No *guia del estado* do governo argentino estão presentes 7 rotas de vinho: A rota de Salta, La Rioja, Córdoba, San Juan, Mendoza, Neuquén e Rio Negro⁴³ (ver tabela 1).

⁴³ Informação disponível em : <http://www.argentina.gob.ar/advf/documentos/4e7789c44de4a.pdf>

Walter Pavon, numa conferência intitulada “ Enoturismo. A experiência argentina: De visitante a turista” realizada no Porto em novembro de 2007, explica-nos a dinâmica do setor nos últimos anos, apresenta-nos as estatísticas e o projeto enoturístico a ser desenvolvido no país. Segundo a Comissão Nacional de Turismo Vitivinícola Bodegas de Argentina AC, em 2006 visitaram os “ Caminos del vino de Argentina” 1.004.810 pessoas. O Enoturismo na Argentina está a contribuir largamente para o desenvolvimento das regiões vitivinícolas. Este país pretende que as suas rotas se desenvolvam em torno de 6 eixos temáticos: o conhecimento do vinho; o vinho e as artes; vinho e saúde, entre outros; estruturados para comercializar diferentes tipos de produtos. De igual forma, pretendem criar um calendário de eventos enoturísticos específicos para cada rota; Criar uma sinalização comum nas rotas, entre outras.

Verifica-se um grande empenho dos stakeholders na promoção de um Enoturismo de qualidade e este corresponde a um segmento muito procurado na oferta global deste país.

O Chile à semelhança do que acontece com a Argentina é um país que se destaca pela qualidade dos seus vinho. No sítio oficial do Turismo chileno é nos apresentado 6 rotas de vinho: Casablanca Valley; Maipo Valley; Maipo Alto; Colchagua Valley, Curricó Valley; Maule Valley⁴⁴ (ver tabela 1). Tal como as demais rotas, as rotas chilenas apelam a aventura a descoberta das paisagens, às tradições e aos sentidos. Martin Kunc é da opinião que as regiões vitivinícolas chilenas desenvolveram uma importante infraestrutura em termos de rotas, não obstante existirem lacunas que comprometam o seu funcionamento (KUNC, 2008: 6). Em 2005 foi realizado um estudo acerca das rotas de vinho promovido pela Corporação Chilena de Desenvolvimento Produtivo, esta constatou que 48% dos associados (maioritariamente donos de propriedades vitivinícolas) considerava que o compromisso era um fator chave para o desenvolvimento das rotas mas que se verificava a ausência de um plano estratégico para as rotas existentes (idem, ibidem:6). Por outro lado, constatou-se que muitas adegas e /ou quintas não possuem as infra- estruturas necessárias para além de não serem suficientemente atrativas para os turistas. Verificou-se igualmente uma carência no que se refere ao alojamento e restauração. Apenas uma minoria dos produtores vê nas rotas de vinho um meio de comercialização direta, vendo-o apenas como um negócio complementar (idem, ibidem: 6, 7).

⁴⁴ <http://www.thisischile.cl/Article.aspx?ID=1415&sec=346&ej=Turismo&idioma=2>

Não obstante, o autor considera que as adegas, quintas e demais produtores agrícolas, paulatinamente vão apostando no marketing relacional. Começam a preocupar-se em contactar diretamente com os clientes. Os produtores estão a ser fortemente incentivados pelo governo para apostar nas rotas, nas salas de provas e nos restaurantes. O Chile deverá combinar o vinho com a sua beleza natural.

Por último, iremos abordar o caso dos Estados Unidos da América, pela sua dinâmica e pelos sucessos conseguidos. Efetivamente, segundo o *America's Wine Trails* este país conta com mais de 277 rotas de vinho.⁴⁵ As rotas americanas resultam do esforço entre os gabinetes de turismo de cada Estado, o setor dos transportes e as adegas. A sinalização é padronizada permitindo que as adegas sejam facilmente identificadas pelos visitantes e turistas. O Objetivo destas rotas é a promoção da indústria vitivinícola de cada estado⁴⁶. Determinados Estados investem muito nas rotas e na promoção da sua indústria vitivinícola, nomeadamente Pensilvânia e Michigan, detentores de sítios de internet, onde a indústria vitivinícola se encontra em destaque. Por outro lado, cada rota tem o seu próprio sítio web, as suas brochuras, assim como, a promoção de outras atrações locais.

O fenómeno das rotas de vinho é recente neste país e a tendência é crescente, verificando-se cada vez mais estados a orientar esforços para a concretização de rotas de vinho para as suas regiões vinícolas.

Num estudo realizado pelo *Wine Institute*, intitulado "The impact of wines, grapes and grape products on the American economy" realizado em 2007⁴⁷, constatou-se que se realizaram 27,3 milhões de visitas relacionadas com a temática do vinho. A estimativa das despesas relacionadas com o Enoturismo ronda os \$3bilhões.

Da pesquisa em Blogues e em sítios de agência de viagens, verifica-se que cada um dos países mencionados neste estudo possui uma das melhores rotas de vinho. A Agência Time Tour elege as seguintes como as melhores do mundo: Vale de Barrosa, Austrália; Marlborough, Nova

⁴⁵ Informação disponível em <http://americaswinetrails.com/wine-trails/>

⁴⁶ Informação disponível em: <http://www.winetrailsusa.com/>

⁴⁷ Disponível em: http://www.wineinstitute.org/files/mfk_us_econ_report07.pdf

Zelândia, Vale do Maipo, Chile; La Rioja Espanha; Bordeaux, França; Vale de Nappa e Sonoma, EUA, Vale do Mosel; Stellenbosch, África do Sul; e a Toscana na Itália.

Na tabela 1 sintetizamos os principais destinos Enoturísticos internacionais, contabilizamos as suas rotas e tentamos aferir a importância do setor. Os dados obtidos referem-se ao ano 2010. De salientar que apenas introduzimos as rotas disponibilizadas pelos Departamentos de Turismo de cada país, podendo existir mais rotas. Não conseguimos obter informação acerca do número de enoturistas da Alemanha, África do Sul, Estados Unidos da América e Chile respeitantes a esse mesmo ano. Verifica-se que os Estados Unidos é o país que mais investe nas rotas de vinho na promoção das suas regiões vitivinícolas, seguindo-se a África do Sul, a Itália, França e Espanha. Dos dados que nos foi possível recolher, a França é líder mundial na receção de turistas no geral e de enoturistas em particular; é seguido pela Itália no que se refere a enoturistas e o terceiro lugar é ocupado pela Espanha.

Posto isto, consideramos que o Enoturismo é um setor em franco crescimento e que as rotas são um meio privilegiado para promover as regiões vitivinícolas. Estas rotas são fortemente dinamizadas por movimentos associativos em articulação com os departamentos de turismo. De seguida iremos analisar a situação das rotas de vinho nacionais.

Tabela 1. Principais destinos Enoturísticos internacionais e suas Rotas de Vinho

Países.	Nº de Rotas promovidas nos sitios internet das delegações de turismo.	Rota mais conhecida.	Receção de Turistas (2010)	Receção de Enoturistas
Itália	24	Toscana	43.63 milhões	4/5 milhões
França	15	Bordeaux	76,80 milhões	7,5 milhões
Espanha	22	La Rioja	52.80 milhões	1,423 milhões
Alemanha	4	Vale Mosel	26.88 milhões	?
África do Sul	19	Stellenbosch	8.07 milhões	?
Argentina	7	Mendoza	5,29 milhões	569,226
Chile	6	Vale do Maipo	2,77 milhões	?
Estados Unidos da América.	277	Vale de Nappa.	59,75 milhões	?

Tabela1. fontes World Tourism Ranking; Agence de développement Turistique de la France, Cultura vinícola italiana, turismo de vino de Espanha, Bodegas de Argentina . Elaboração própria.

8.3 As rotas de vinho portuguesas.

O início do projeto das Rotas dos vinhos em Portugal iniciou-se em 1993 no âmbito do Programa de Cooperação Interregional Dyonísos, promovido pela União Europeia. Porém só entraram em funcionamento a partir de 1995.

No sítio web da Prove Portugal são divulgadas 10 rotas, a saber:

- Rota de Vinhos da Península da Setúbal;
- Rota da Bairrada;
- Rota da Vinha e do Vinho do Ribatejo;
- Rota dos Vinhos Verdes;
- Rota do Vinho do Porto;
- Rota dos Vinhos De Oeste;
- Rota dos Vinhos do Dão;
- Rota das Vinhas de Cister;
- Rota das Vinhas da Beira Interior;
- Rota do Alvarinho.

Por outro lado, no sítio web da infovini são mencionados 11 rotas, excluindo a rota do Alvarinho e introduzindo as rotas do Vinho do Alentejo e a Rota dos Vinhos de Bucelas, Colares e Carcavelos.

Sendo assim podemos considerar que atualmente o país dispõe de 12 rotas de Vinho. Estas rotas apresentam estruturas organizativas e funcionais diversas, a maioria ` são geridas pelas

comissões vitivinícolas, outras por Associações de Aderentes, Regiões de Turismo e Câmaras municipais. Estas evidenciam diferentes estádios de desenvolvimento e carecem de enquadramento legal. Segundo Adriano Costa a constituição de uma rota não depende de uma aprovação e de controlo oficial, mas de uma única entidade que reconhece e fiscaliza o preenchimento de requisitos mínimos essenciais (2003:6). Uma Rota constitui-se unicamente por vontade dos aderentes, pela subscrição de um protocolo, independentemente da sua natureza e do seu número, podendo resultar em algum controlo interno posteriormente, através do regulamento interno das rotas (idem, ibidem: 6-7).

Quanto ao tipo de aderentes, este também é diversificado:

- Associações de vitivinicultores- engarrafadores,
- Associações de Vitivinicultores,
- Uniões de adegas Cooperativas;
- Adegas cooperativas,
- Armazenistas;
- Enotecas,
- Quintas produtoras;
- Empreendimentos e turismo em espaço rural,
- Restaurantes,
- Lojas especializadas;
- Museus e outros centros de interesse vitivinícola (NOVAIS & ANTUNES, 2009: 1268).

Como já referimos acima, os organismos coordenadores são diversos, verificámos que cinco são coordenadas por comissões vitivinícolas regionais (Dão, Cister, Beira Interior, Bairrada e Bucelas, Carcavelos e Colares), por Associações de Aderentes (Porto), por centros de informação e

Promoção (Vinhos Verdes), por Associações da Rota (Ribatejo), Regiões de Turismo (Oeste) e por Gabinetes da Rota (Costa Azul e Alentejo).

Verifica-se que, muitas rotas de vinhos aumentaram consideravelmente o seu número de aderentes desde a sua criação. A rota dos vinhos verdes iniciou com 30 aderentes e em 2008 contava com 67, mantendo atualmente o mesmo número. A rota do Dão iniciou com 17 e na atualidade conta com 35. A rota do vinho do Alentejo iniciou com 24 e na atualidade conta com 48. (Ver Tabela 2).

O percurso das rotas integra para além da temática do vinho, a sua ligação com a paisagem natural, cultural e patrimonial da região onde se insere. Desta forma, as diferentes rotas integram percursos temáticos onde se valoriza e destaca o património cultural (Ver Tabela 3). As 12 rotas apresentam 44 percursos temáticos. A Rota dos Vinhos da Costa Azul juntamente com a Rota do Alvarinho são aqueles que disponibilizam um maior número de percursos, ambos com 6. Segue-se a Rota dos Vinhos Verdes com 5. A Rota das vinhas de Cister apenas disponibiliza duas rotas. As restantes disponibilizam 3 percursos alternativos. A importância destes percursos prende-se com o facto de divulgarem o património cultural e natural das regiões e contribuir para a sua preservação.

Tabela 2. Caracterização das Rotas de Vinho portuguesas

Rotas	Inauguração	Aderentes iniciais	Aderentes em 2008	Aderentes em 2012	Sede	Entidade coordenadora
Rota do Vinho do Porto	1996	49	51	83	Peso da Régua.	RVP- Associação de – Aderentes
Rota dos Vinhos Verdes	1997	30	67	67	Porto	Centro de Informação e Promoção dos Vinhos Verdes.
Rota do Vinho do Dão	1998	17	35	47	Viseu	Comissão Vitivinícola Regional do Dão

Tabela 2. Caracterização das rotas de Vinho Portuguesas. (Cont).

Rota das Vinhas de Cister	1999	6	13	13	Moimenta da Beira	CVR Távora Varosa/ Região de Turismo Douro Sul
Rota da Vinha da Beira interior	?	11	20	20	Guarda	CVR da Beira Interior
Rota do Vinho Da Bairrada	1999	23	30	35	Anadia	CVR da Bairrada
Rota da Vinha e do Vinho do Ribatejo	1998	24	24	27	Santarém	Associação da Rota V.V do Ribatejo
Rota da Vinha e do Vinho do Oeste	1997	15	20	26	Óbidos	Região de Turismo do Oeste.
Rota do Vinho da Costa Azul	2000	9	9	13	Palmela	Casa Mãe da Rota dos Vinhos
Rota dos Vinhos e Bucelas, Carcavelos e Colares	2003	4	4	8	Bucelas	CVR de Bucelas, Carcavelos e Colares e CM de Loures
Rota do Vinho do Alentejo	1997	24	48	65	Évora	Gabinete da RVA.
Rota do Alvarinho	2007	40	?	58	Melgaço	C.M Melgaço
Total		257	321	462		

Tabela 2. Adaptado de NOVAIS & ANTUNES, 2009

Tabela 3. Os percursos temáticos das Rotas de Vinho Nacionais

Rotas	Percursos Temáticos
Rota do Vinho do Porto	3. Pelo baixo Corgo; À descoberta do Douro superior; No Cima Corgo.
Rota dos Vinhos Verdes	5: Rota das cidades e vilas; Rota das Serras, Rota das Quintas, Rota dos Mosteiros, Rota das Praias
Rota do Vinho do Dão	3: Caminhos de Granito, Entre o Vouga e Paiva, Entre o Dão e o Mondego
Rota do Vinho de Cister	2: “O caminho dos Mosteiros”, “Entre Vinhas e Castanheiros”
Rota da Vinha da Beira Interior	3: “Da Serra ao Coa”, “Ao longo da Fronteira”, “Pelos Castelos da Beira Alta”
Rota da Vinha da Bairrada	3 “Estradas de areia”, “Caminhos de Barro”, “trilhos do Monte”
Rota da Vinha e do Vinho do Ribatejo	4 “Tesouro Gótico”, “Touros e Cavalos”, “Beira Tejo”, “Tesouro Manuelino”
Rota do Vinha e Do Vinho do Oeste	3 “Linhas de Torres”, “Óbidos”, “Quintas de Alenquer”
Rota do Vinho da Costa Azul	6 “Por terras de Santiago”, “Por terras da Arrábida”, “Por terras Verdes”, “Por terras de Colonos Ferroviários e Antigas Devoções”, “Por terras do Sado”, “Baía dos Golfinhos”
Rota dos Vinhos de Bucelas, Carcavelos e Colares	3 “Circuito dos Palácios”, “Em torno de Sintra”, “Circuito das Praias”
Rota do Vinho do Alentejo	3 “Rota de S. Mamede”, “Rota Histórica”, “Rota do Guadiana”.
Rota do Alvarinho	6 “Percurso pelas pontes”, “percurso pelo românico”, “percurso pelo megalitismo”, “Brandas e inverneiras”, “Pesqueiras do rio Minho”, “Parque Nacional Peneda Gerês”

Tabela 3. Adaptado de Novais & Antunes (2009)

No que se refere ao tipo de ofertas disponibilizadas, as rotas são homogéneas permitindo a prova e venda de vinhos, visita a adegas e a vinhas. Permitem igualmente o turismo em espaço rural. Por outro lado, quando existem, possibilita a visita a museus e a coleções temáticas.

As rotas portuguesas padecem de vários problemas, quer ao nível regulamentar, institucional, organizacional e operacional, encontrando-se pouco estruturado enquanto produto turístico.

Na reunião técnica “Enoturismo – Produto estratégico para Portugal” realizada no Cartaxo em 2009 detetou-se as seguintes lacunas:

- Muitas adegas, caves e restaurantes não dispõem de infraestruturas e serviços adequados a atividade turística, no que se refere a horários de funcionamento, pessoal qualificado, espaços apropriados para visitas, provas de vinho e eventos.
- Ausência de documentação de suporte em diversos idiomas;
- Ausência de Tours estruturados;
- Inexistência de pessoal qualificado que domine línguas.

É necessário melhorar as condições de visita, criando zonas de acolhimento para grupos e visitantes individuais; Investindo em pessoal qualificado; possuindo horários flexíveis, informação multilíngue, sinalização e abertura regular em articulação com parceiros por forma a assegurar uma oferta permanente.

Cristina Barroco Novais e Joaquim Antunes propõem as seguintes estratégias para suprir as lacunas mencionadas e para proporcionar um correto desenvolvimento das rotas de vinho nacionais (2009: 1275):

- Consideram fundamental a regulamentação onde se estabeleça os princípios, a organização e o conteúdo básico de todas as rotas. É necessário um diploma que regule as questões fundamentais: definição, entidades gestoras e coordenadoras e os requisitos mínimos de funcionamento;
- É igualmente importante a existência de uma entidade coordenadora do Enoturismo nas regiões vitivinícolas com as seguintes competências:
 - 1) Promoção do Enoturismo junto dos fornecedores, nomeadamente junto das adegas e quintas;
 - 2) Promoção do destino junto dos potenciais turistas;
 - 3) Operacionalização do encontro da procura e da oferta, garantindo infraestruturas e atividades diretamente ligadas ao vinho e complementares.

Referem igualmente que o sucesso desta entidade coordenadora dependerá essencialmente na participação e cooperação de e entre os interessados. A gestão e promoção deverá estar entregue a profissionais que se dediquem a tempo inteiro. Deverão possuir um espaço físico

com centro de acolhimento de visitantes, oferecendo várias valências desde informação, aprendizagem e venda de vinho (idem, ibidem:1275).

Por outro lado, é fundamental existir uma maior articulação entre os agentes, isto é, entre os meios de alojamento, restaurantes, transportes, intermediários, operadores, fornecedores e o comércio e destes com o setor público (administração central, regional e local).

No que se refere aos meios de alojamento, as rotas deverão assegurar a presença com alojamentos de qualidade, nomeadamente os empreendimentos de Turismo em Espaço Rural (idem, ibidem: 1276).

Da perspetiva operacional a sinalização é de suma importância. Cada rota deverá possuir um logótipo identificador e específico. A sinalização deverá se encontrar ao longo do percurso e as placas de identificação devem ser uniformes em todo o território português. É imprescindível que todos os aderentes estejam devidamente identificados através da colocação de uma placa externa, esta deverá conter o nome da entidade bem como a indicação da rota correspondente (idem, ibidem: 1276).

Os horários de abertura e encerramentos dos aderentes devem estar uniformizados e adaptados às necessidades dos visitantes.

As rotas deverão apostar em oferta complementar, seja através da organização de eventos ou de pequenas ações de animação, como cursos de enologia, aulas de gastronomia regional, ou degustações. As rotas devem garantir a comercialização de produtos regionais de qualidade, não só vinhos mas artesanato regional.

Por fim, é essencial que as rotas possuam um sítio próprio na internet, disponível em pelo menos quatro línguas: português, inglês, espanhol e francês. Este deve conter informação sobre os serviços disponibilizados por cada um dos aderentes, bem como dos eventos e das atividades realizadas na região. Deverão permitir reservas online (idem, ibidem: 1277).

Das 12 rotas existentes atualmente, 7 possuem um sítio web próprio (Ver tabela 4). Destas apenas a Rota do Vinho do Porto disponibiliza a informação nos 4 idiomas: Português, francês,

inglês e espanhol. A Rota do Vinho da Bairrada disponibiliza a informação em português, inglês e espanhol. A Rota dos Vinhos Verdes, A Rota do Vinho da Costa Azul, do Alentejo e do Alvarinho disponibilizam a informação em português e inglês. A Rota do Dão apenas possui a página em português. Destas apenas a Rota dos Vinhos Verdes permite fazer reservas online (ver tabela 4). As rotas que não dispõem de sítio web próprio são divulgadas através dos sítios web das delegações de Turismo e pelas câmaras municipais, assim como por portais como a infovini e a prove Portugal.

Podemos verificar que as rotas de vinho nacionais possuem diferentes níveis de desenvolvimento, composições heterogéneas e modos de divulgação e promoção igualmente diferentes. Considerámos que deverá existir uma maior uniformização, possível mediante o devido enquadramento legal. As rotas precisam de melhorar a organização e sistematização das suas atividades e deverão apostar na coordenação e cooperação entre todos os intervenientes de forma a explorarem na totalidade o seu potencial.

Uma vez traçada, embora sumariamente, o contexto do surgimento das rotas nacionais, as suas características, as lacunas e estratégias para os solucionar iremos de seguida abordar com mais pormenor a Rota dos Vinhos Verdes por englobar a nossa área de estudo, o concelho de Monção.

Tabela 4. A presença das Rotas de Vinho Nacionais na internet

Rotas	Sítio Web	Nº de idiomas	Reservas online
Rota do Vinho do Porto	Sim	4	Não
Rota dos vinhos Verdes	Sim	2	Sim
Rota do Vinho do Dão	Sim	1	Não
Rota do Vinho de Cister	Não	-	-
Rota da Vinha da Beira Interior	Não	-	-
Rota do Vinho da Bairrada	Sim	3	Não
Rota da Vinha e do Vinho do Oeste	Não	-	-
Rota do Vinho da Costa Azul	Sim	2	Não
Rota dos Vinhos de Bucelas, Carcavelos e Colares	Não	-	-

Tabela 4. A presença das Rotas de Vinho na internet. (Cont.)

Rota do Vinho do Alentejo	Sim	2	Não
Rota do Alvarinho.	Sim	2	Não

Tabela 4. Elaboração própria

8.4 A Rota dos Vinhos Verdes.

A Rota dos vinhos verdes foi criada em 1995, tendo sido inaugurada apenas em 1997, esta insere-se na Região Demarcada dos Vinhos Verdes, integrando por isso o concelho de Monção. A rota integra um conjunto de locais na região associados à vinha e ao vinho, organizados em rede e devidamente sinalizados. Para além dos cinco percursos temáticos (Ver Tabela 3) a rota dispõe de 8 itinerários apresentados no guia da Rota dos Vinhos Verdes: Itinerário do Ave, do Basto, do Cávado Nascente, do Cávado Poente, do Lima, do Minho, do Sousa e do Tâmega.

A Comissão Vitivinícola Regional dos Vinhos Verdes (CVRVV)⁴⁸ é a instituição responsável pela coordenação da Rota através do Gabinete da Rota dos Vinhos Verdes⁴⁹. A rota conta com 67 aderentes entre Adeegas Cooperativas, Produtores- engarrafadores, Armazenistas- Vinificadores, Associações de Cooperativas, Restaurantes e Associações de Viticultores, empreendimentos de Turismo em Espaço Rural, entre outros. Estes aderentes encontram-se repartidos pelos diferentes itinerários que integram a região.

A rota deparou-se com vários obstáculos ao seu correto funcionamento a destacar⁵⁰:

- Reduzido sentido de compromisso dos aderentes com o projeto;
- Ausência de um horário para receber os Turistas;
- Muitas Quintas não recebiam Turistas;
- Ausência de recursos humanos qualificados;
- Reduzida cooperação e trabalho em Rede.

⁴⁸ www.vinhoverde.pt

⁴⁹ <http://rota.vinhoverde.pt>.

⁵⁰ Conferência: “ Rota dos Vinhos Verdes- Uma aposta no Turismo de Vinho” apresentada no seminário *turismo, vinhos e sabores* , Guarda 25 de novembro de 2011.

Em 2007 a CVRVV encomendou um estudo para avaliar o funcionamento da Rota, este estudo foi coordenado pelo Doutor Daniel Bessa. Por outro lado, a CVRVV participou em projetos comunitários com outras regiões vitivinícolas visando a troca de experiências procurando novos modelos⁵¹.

O estudo realizado detetou as seguintes debilidades:

- Ausência de competências na área de Turismo;
- Reduzida integração da oferta;
- A divulgação e informação revelam-se pouco eficazes;
- Alheamento da população local;
- Reduzida cooperação e trabalho em rede;
- Deficiências de funcionamento das rotas enoturísticas;
- Modelo de Gestão inoperacional;
- Os aderentes adotam uma atitude passiva e com falhas de qualidade;
- Atuação é dispersa.

Para corrigir estas debilidades apresentaram-se as seguintes estratégias:

- A gestão da rota requer competências na área turística;
- É necessário apostar na componente experiencial,
- A rota deverá integrar-se com outras redes de oferta turística e vitivinícola;
- O produto resultante da Rota deverá ser baseado num leque de produtos locais e pela integração de importantes elementos históricos, atrações culturais e naturais, acompanhadas por um nível de serviço elevados;

⁵¹ Idem.

Surgiu assim um novo conceito “ Rota dos Vinhos Verdes”: “ *O produto enoturístico Rota dos Vinhos Verdes, consiste na integração de um mesmo conceito temático dos recursos e serviços turísticos de interesse, existentes ou potenciais, da Região Demarcada dos Vinhos Verdes, sustentados na sua autenticidade, com o fim de constituir um produto com identidade própria do Destino que facilitará a comercialização conjunta de toda a região e garantirá o nível de satisfação dos turista, impulsionando assim o desenvolvimento económico social de Região.*⁵²” A Rota dos Vinhos Verdes é uma marca registada propriedade da CVRVV.

Os objetivos desta, passam pela promoção do Enoturismo e por garantir a qualidade da rota.

A promoção do Enoturismo passará pela identificação dos mercados-alvo; pelo desenvolvimento de uma proposta atrativa e pela promoção da rota junto aos mercados-alvo. A rota irá apostar na componente experiencial e emocional. Pretende desenvolver um serviço integrado de qualidade e fomentar o envolvimento dos aderentes.

Só assim a rota poderá traduzir-se em benefícios para os aderentes e contribuir para o desenvolvimento sustentável da região.

Vejamos, no que diz respeito às adegas e quintas poderá contribuir para a notoriedade dos seus vinhos e para aumentar a venda. Poderá igualmente contribuir para o aumento dos clientes nos restaurantes e para aumentar o seu rendimento. Para os museus poderá significar um aumento tanto do número dos visitantes como no rendimento. Quantos aos municípios representarão um reforço da capacidade das empresas, criação de emprego e riqueza, notoriedade dos concelhos.

A Rota dos Vinhos Verdes adotou um novo modelo de Gestão assumida pela CVRVV constituída por um conselho executivo e por um conselho consultivo. O primeiro é composto pela comissão executiva da CVRVV é responsável pela conceção e implementação da estratégia da rota, assumindo a gestão da Rota.

Quanto ao concelho consultivo, este é composto por: 5 membros representantes dos municípios da região; 5 membros representantes das quintas e adegas; 3 membros representantes das unidades de alojamento turísticos; 3 membros representantes dos estabelecimentos de

⁵² idem

restauração e bebidas, 1 membro representante das agências de viagens e ainda um membro representante das empresas de animação turística. Os representantes de cada tipologia são eleitos pelos aderentes da respetiva tipologia/setor por períodos de 3 anos.

A rota dispõe de um departamento técnico que se responsabiliza por:

- Estabelecer a ligação com entidades parceiras;
- Avaliação e admissão de aderentes;
- Inspeções regulares aos aderentes;
- Formação nos diversos domínios;
- Divulgação de Boas práticas;
- Ligação com o meio envolvente;
- Realização de Eventos;
- Gestão e candidatura de projetos;
- Promoção e comercialização da Rota;
- Tratamento de dados dos visitantes, estatísticas detalhadas, refinamento de mercados-alvo, benchmarking,
- Desenvolvimento de novos produtos;
- Reservas para a rota
- E, pela informação turística.

Com a reestruturação da Rota esperam combater as debilidades identificadas e a sua ação irá desenvolver-se em duas fases: numa 1ª fase irão concentrar-se na qualificação da oferta; numa segunda fase irão dedicar-se a dinamização, animação e promoção da própria rota.

A qualificação da oferta consistirá na melhoria das infraestruturas de visita dos aderentes, passará pela formação em temas diversificados e pela consultoria. Por outro lado, pretendem

desenvolver uma rede de enotecas/ centros temáticos de Vinho Verde de carácter público ou associativo.

Numa segunda fase irão apostar na sinalética, na criação de uma rede de espaços da Rota dos Vinhos Verdes, na criação de rotas temáticas, na conceção e produção de material promocional, promoção no mercado nacional e no mercado externo, modernização da comunicação dos aderentes, Benchmarking de Enoturismo, Marcação e sinalização do percurso pedestre com ligação aos aderentes, monitorização e avaliação da qualidade da rota.

No concelho de Monção, das 11 entidades que se dedicam a produção vitivinícola e a sua promoção apenas 5 integram a rota dos Vinhos Verdes são elas: a Adega Cooperativa de Monção; Casa do Capitão Mor; Paço do Alvarinho, Produtores de Vinho Alvarinho de Monção e o Solar de Serrade (Ver Tabela 5 e ilustração 8).

No concelho de Monção as debilidades encontradas no estudo acima mencionado estão bem presentes a reter:

- A ausência de um horário de atendimento, estando as visitas dependentes de marcação prévia. Em muitos casos não atendiam Turistas.
- Falta de recursos humanos qualificados, não dominando por exemplo línguas estrangeira e não possuindo competências na área do turismo. A Adega Cooperativa de Monção dispõe de um espaço museológico que se encontra fechado.
- Verifica-se que os produtores não estão cientes das vantagens do Enoturismo e adotam uma atitude passiva na dinamização e promoção do produto.
- O solar de Serrade é o único empreendimento de Turismo de habitação integrado na rota;
- A nível de alojamento o concelho depara-se com grandes debilidades no que se refere ao Turismo Rural e de Habitação. Não obstante consideráveis melhorias com o Hotel Termas de Monção (4 estrelas), Hotel Rural Convento dos Capuchos (4 estrelas), Residencial Fonte da Vila e Residencial D.Afonso.

Efetivamente, dos 5 aderentes do Concelho de Monção apenas o Paço do Alvarinho⁵³ e a Provam⁵⁴ indicam horário de Funcionamento nos seus sítios web e destes apenas o paço do Alvarinho se encontra aberto ao fim de semana.

Verifica-se ainda que apenas no Paço do Alvarinho se encontra referências ao Enoturismo nomeadamente no que se refere a degustações e a provas de vinho. Nos sítios web dos restantes aderentes não se encontra qualquer menção a atividades enoturísticas como sejam visitas as quintas e vinhas, adegas e provas de vinho (ver Tabela 5).

Podemos considerar que a Rota dos Vinhos Verdes em Monção não cumpre a função para a qual foi criada o que poderá contribuir para uma ideia negativa da região. Ciente desta situação a CVRVV irá proceder a reformulação exposta acima.

Posto isto, teremos de aguardar até a sua efetiva implementação para avaliar os seus impactos no concelho.

No capítulo seguinte iremos abordar a rota do Alvarinho ao nível da sua constituição, aderentes e impactos.

Tabela 5. Aderentes da Rota dos Vinhos Verdes do concelho de Monção. Caracterização

Produtores de Vinho no concelho de Monção	Aderentes Rota dos Vinhos Verdes	Horários de Funcionamento disponível no sítio web.	Abertura aos Fins de Semana	Referência a atividades enoturísticas no website
Quinta de Paços, Sociedade Agrícola, Lda	Sim	Não	Sem indicação	Não
Adega Cooperativa Regional de Monção	Sim	Não	Sem indicação	Não

⁵³ A informação relativa ao Paço do Alvarinho encontra-se no sítio web da autarquia: http://www.cm-moncao.pt/portal/page/moncao/portal_municipal/Turismo/alvarinho/Paco%20do%20Alvarinho

⁵⁴ <http://www.provam.com/pagina.php?codPagina=7&codIdioma=1>

Tabela 5. Aderentes da Rota dos Vinhos Verdes do Concelho de Monção.
Caracterização.(cont)

Palácio da Brejoeira, Viticultores, SA	Não	Sim	Sim	Sim
Produtores de Vinho Alvarinho de Monção, Lda.	Sim	Sim	Não	Não
Sociedade Agrícola Casa Pinheiro, lda.	Não	Não	Sem indicação	Não
Quinta da Baguinha	Não	Não	Sem indicação	Não
Quinta da Cheira	Não	Não	Sem indicação	Não
Quinta das Pereirinhas	Não	Não	Sem indicação	Não
Quinta da Pedra, sociedade agrícola, Lda	Não	Não	Sem indicação	Não
Sociedade Agrícola Vinho Alvarinho de Monção, lda	Sim	Não	Sim	Sim
Quinta da Rebouça	Não	Não	Sem indicação	Não
Paço do Alvarinho	Sim	Sim	Sim	Sim

Tabela 5. Elaboração própria

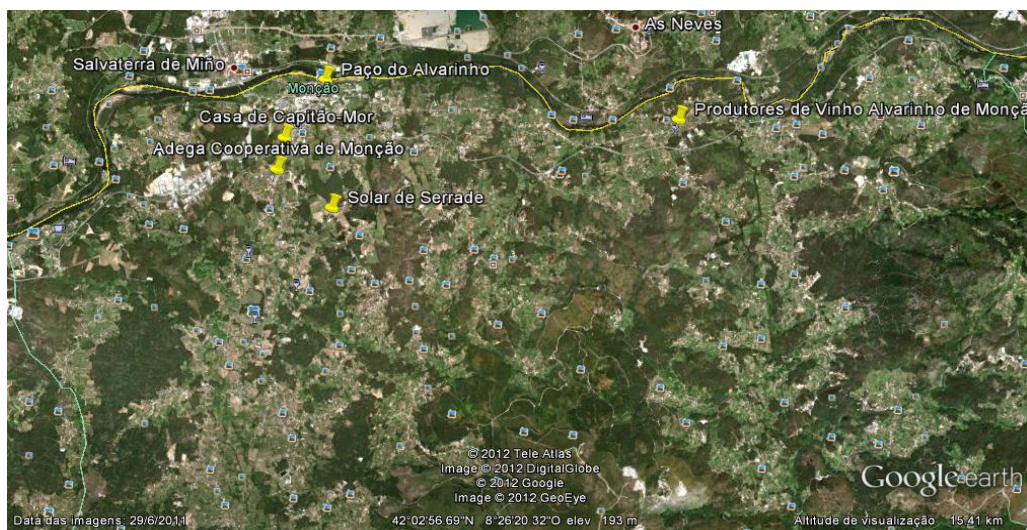


Ilustração 8. Aderentes Monçanenses da Rota dos Vinhos Verdes. Elaborado com recurso ao Google Earth.

8.5 A Rota do Alvarinho.

A Rota do Vinho Alvarinho foi criada em 2007 pela ação da Câmara Municipal de Melgaço em conjunto com parceiros espanhóis no âmbito de uma candidatura ao Interreg IIIA. Por motivos que não conseguimos apurar o município de Monção não colaborou na criação da Rota mas conta na atualidade com alguns aderentes.

A criação da Rota prendeu-se com a notoriedade da casta Alvarinho sendo uma das mais importantes da Região demarcada dos Vinhos Verdes e uma das mais premiadas internacionalmente.

A Rota do Alvarinho apresenta os seguintes objetivos gerais:

- Agregar e estruturar a oferta turística de Melgaço;
- Promover de forma estruturada e organizada o turismo através de um produto âncora da região o Alvarinho;
- Criar redes e sinergias entre os vários operadores do setor turístico.

A rota pretende:

- Aumentar e diversificar a receita das adegas e dos restantes aderentes;
- Melhorar a competitividade dos aderentes;
- Divulgar e promover os vinhos da região;

- Difundir a cultura do Vinho;
- Valorizar o território (património cultural e natural)
- Desenvolvimento do turismo gastronómico

Aquando da criação da rota, esta contava com cerca de 40 aderentes. Na atualidade já integrou o município de Monção e novos aderentes localizados neste concelho. Assim, à data da redação deste projeto a Rota contabilizava 58 aderentes distribuídas pelas seguintes tipologias: adegas, alojamento, restauração, animação turística e operadores turísticos.

Do município de Monção integram duas adegas: A PROVAM (Produtores de Vinho Alvarinho de Monção) e a SAVAM (Sociedade Agrícola de Vinho Alvarinho de Monção); 4 unidades de alojamento: Solar de Serrade; Hotel Bienstar Termas de Monção, Hotel Convento dos Capuchos; Hotel Dom Afonso; 5 restaurantes: Cozinha do Convento; Dona Maria; O Pedro de Macau; Sabores e Sete a Sete; 1 enoteca correspondendo ao Paço do Alvarinho; Museus e Centros de interpretação: Casa Museu de Monção/ Universidade do Minho; Centro Interpretativo de São Caetano e o Palácio da Brejeira (ver ilustração:9).

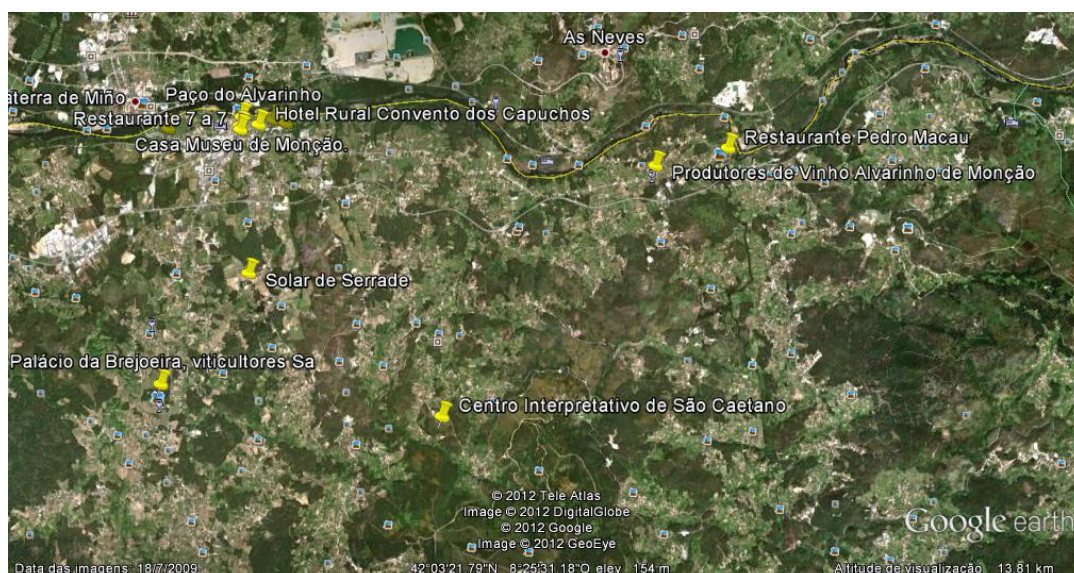


Ilustração 9. Aderentes Monçanenses da Rota do Alvarinho. Elaborado com recurso ao Google Earth

Considerámos que a rota do Alvarinho se encontra bem estruturada integrando para além da temática da vinha e do vinho Alvarinho a ligação com o património natural e cultural integrando

vários percursos temáticos (ver tabela 3) e vários espaços museológicos. Esta Rota permite para além da prova e venda de vinhos, o contacto com a história e bens culturais através dos espaços museológicos e também o contacto com a natureza sendo possível a prática de vários desportos radicais e o pedestrianismo.

Para além disso integra unidades de alojamento de qualidade inclusive de Turismo em espaço rural.

Ao nível de sinalização possui um logótipo identificador específico e todos os aderentes se encontram devidamente identificados através de uma placa externa. Encontramos sinalização ao longo do percurso.

No que se refere ao sítio web⁵⁵, neste encontra-se disponível informação acerca da região e dos aderentes. Ao nível dos aderentes indica-nos horário de funcionamento, serviços prestados e respetivos contactos. Divulgam igualmente o calendário das festas religiosas; festas gastronómicas mas também outros eventos como exposições e palestras. Disponibilizam ainda informação acerca dos requisitos e documentação necessários a adesão da rota. Estão presentes os contactos da Rota. Este não permite fazer reservas online e a informação encontra-se apenas disponível em duas línguas: português e inglês.

Considerámos, que a rota poderia beneficiar de um alargamento à região galega da Rias Baixas, onde também se produz Alvarinho. Este alargamento poderia contribuir para uma maior divulgação e promoção da Rota e a sua internacionalização.

Do que atrás ficou exposto, podemos concluir que a Rota do Alvarinho cumpre a função para a qual foi criada, promovendo e divulgando não só o Vinho Alvarinho nas suas múltiplas dimensões mas toda a sub região de Monção e Melgaço, valorizando o seu vasto e riquíssimo património cultural e natural.

⁵⁵ <http://www.rotadoalvarinho.pt>

9.Potencialidades do concelho de Monção enquanto destino Enoturístico.

O concelho de Monção integra uma região com uma elevada tradição vitivinícola, correspondendo o Alvarinho o produto agrícola mais produzido.

O vinho Alvarinho corresponde a um vinho intensamente premiado quer nacional quer internacionalmente o que se traduz em prestígio e reconhecimento tanto dos produtores como da região.

Aliada à qualidade dos seus vinhos o concelho dispõe de uma gastronomia riquíssima, a saber: O cabrito à moda de Monção, sável, lampreia, salmão. Ao nível da doçaria regional possui barrigas de freira, roscas e papudos.

Para além da Gastronomia e Vinhos o concelho é detentor de um valioso património arquitetónico, religioso, histórico, arqueológico, etnográfico e natural.

Conta ainda com águas termais e medicinais num novo e bem equipado edifício termal.

Considerámos que o concelho possui ótimos recursos para o desenvolvimento da atividade turística, no geral, e do enoturismo em particular. Porém são várias as lacunas detetadas, principalmente no que se refere ao alojamento e restauração. No que se refere à possíveis praticas enoturísticas também se verificam algumas debilidades.

A autarquia tem vindo a desenvolver algumas medidas visando potencializar o concelho do ponto de vista enoturístico: Integra a rota do vinho Alvarinho com vários aderentes, incluindo unidades de restauração e de alojamento, assim como espaços culturais. A técnica de turismo local indica-nos que se têm esforçado no sentido de consciencializar os aderentes e possíveis aderentes para a importância da cooperação na promoção e divulgação da rota e do território.

Dos produtores monçaneneses apenas a PROVAM ,SAVAM e Palácio da Brejoeira são aderentes da Rota do Alvarinho. Não obstante outros produtores entrevistados se mostram recetivos a integrar a rota, estando a preparar as respetivas candidaturas é o caso da Quinta da Cheira e das Pereirinhas. Em Contrapartida o proprietário da Quinta da Baguinha considera que a integração na rota implicaria um grande investimento sem retorno. Já a Quinta de Paços revela

que não possui as condições necessárias para ter a quinta aberta ao público uma vez que não reside no município.

No sítio web da autarquia estão referenciados 34 restaurantes distribuídos pelo concelho; nenhum é aderente da Rota dos Vinhos Verdes e apenas 5 são aderentes da Rota do Alvarinho.

Os restaurantes do concelho possuem o necessário horário de funcionamento, estando a maioria aberta ao fim de semana. No entanto, verifica-se que os funcionários não são devidamente formados no que se refere a boas praticas; não possuem conhecimentos necessários para o aconselhamento de vinhos e não dominam línguas estrangeiras.

Ao nível de Alojamento estão referenciados no mesmo sítio web 17 unidades distribuídas pelas seguintes tipologias: pensão; residencial; turismo em espaço rural, unidades hoteleiras.

É ao nível do turismo em espaço rural que se encontram maiores debilidades, carecendo de recursos humanos. É frequente não encontrar acolhimento na receção e o contato telefónico muitas vezes é difícil de se estabelecer. Em muitos casos não dominam língua estrangeira. Exceção é o Solar de Serrade e a Quinta de Santo António.

No que se refere a atividades enoturísticas destaca-se o Palácio da Brejoeira onde é possível visitar e percorrer as vinhas e fazer provas. Este espaço cultural encontra-se aberto aos fins-de-semana encerrando às segundas feiras. Possui um sítio web com informação relativa aos horários e às atividades possíveis de serem realizadas.

O Paço do Alvarinho corresponde a um espaço de divulgação e promoção do vinho Alvarinho estando presentes as diferentes marcas dos diferentes produtores da região. Este espaço localiza-se no centro da vila no mesmo edifício onde funciona o posto de turismo. Encontra-se aberto todos os dias e permitem provas gratuitas.

No que se refere a eventos enoturísticos e gastronómicos, a autarquia realiza desde 2009 a feira do Alvarinho no largo da Estação, no início de julho. A freguesia de Troviscoso realiza igualmente desde o ano 2011 no mês de abril uma feira do Alvarinho. A casa do povo de Tangil organiza igualmente desde 2011 no último fim de semana de maio a Feira do vinho Tinto e dos produtos regionais.

Em março de 2012 realizou-se numa artéria pedonal do centro histórico de Monção, Rua Conselheiro João da Cunha, a 1ª Feira do Vinho Novo.

Em todos estes eventos é possível, para além do contato com os vinhos e seus produtores, conhecer a gastronomia e artesanato regional. Estes eventos caracterizam-se pela animação das ruas por grupos de bombos e concertinas, assim como por ranchos folclóricos. A noite é animada com concertos.

O rally da lampreia corresponde a uma prova de perícia automóvel que se realiza geralmente no mês de fevereiro. Esta prova encontra-se já na 35ª edição e corresponde ao ponto alto da promoção da lampreia do Rio Minho.

Todos estes eventos representam uma grande afluência ao concelho, principalmente provenientes dos concelhos vizinhos e da Galiza. O facto destes eventos se realizarem durante a “época baixa” permite contrariar os efeitos da sazonalidade e aumentar as receitas do comércio local.

Na freguesia de Moreira abriu um estabelecimento com características particulares, chamado “MBAR WINE HOUSE”, corresponde a um novo conceito de Bar onde é possível a venda de vinho a copo. Este conceito encontra-se largamente difundido na Europa e em Monção está a registar-se grande aceitação. O proprietário do estabelecimento indica-nos que abriu no inverno e que os resultados estão a superar claramente as suas expectativas, Apesar da grande variedade de vinhos indica-nos que o Alvarinho é rei. Efetivamente no mês de abril realizou a “semana do produtor” onde em cada semana um produtor de Alvarinho esteve em destaque. Neste estabelecimento para além do contato com uma vasta variedade de vinhos é possível disfrutar de jantares temáticos e de música ao vivo. Considerámos que este estabelecimento corresponde a uma mais valia na promoção e divulgação do Alvarinho, dos produtores e da região, sendo simultaneamente um lugar de lazer e de diversão.

Após tudo que foi mencionado considerámos que o município de Monção tem potencialidades para se converter num destino enoturístico de qualidade. Monção é o berço do Alvarinho e este produto corresponde a um importante recurso turístico:

- Tem Quintas produtoras com adegas;
- Gastronomia e vinho de grande qualidade;
- Grande riqueza natural e cultural.

Todavia, para que a aposta na temática Alvarinho se converta num importante motor de desenvolvimento económico é necessário a união e cooperação entre os diversos agentes para que trabalhem em conjunto em direção a um objetivo comum: o desenvolvimento económico e social do concelho e envolvência; a projeção deste para o exterior. Deve investir-se na formação dos profissionais que trabalham na restauração, adegas, quintas e unidades de alojamento de forma a prestarem serviço de qualidade, propiciando boas experiências aos visitantes e turistas deixando-os com o desejo de regressar.

Considerámos que o desenvolvimento do enoturismo seria benéfico para o concelho de Monção:

- Permitindo a venda direta por parte dos produtores, levando ao aumento das receitas;
- Contribuindo para uma boa imagem dos vinhos da região, em particular do Alvarinho;
- Dinamizando a economia local e regional, aumento das receitas, criação de postos de trabalho, rendimentos complementares;
- Valorizando e salvaguardando tradições locais evitando o seu desaparecimento (romarias, cortejos etnográficos; artesanato).

Em suma, o concelho de Monção já desenvolveu iniciativas de âmbito enoturístico, porém há lacunas no que se refere à sua promoção e divulgação. Esta lacuna tem sido colmatada, de certa forma pela inclusão do município na rota do Alvarinho. Considerámos que deve investir-se na formação de recursos humanos; que as adegas e quintas deverão disponibilizar informação relativa aos seus horários de funcionamento nos seus sítios web. Todos os agentes deverão trabalhar em rede visando alcançar e proporcionar uma oferta integral e apelativa. É precisamente este trabalho em rede que não se está a verificar sendo um obstáculo na afirmação e desenvolvimento do município como destino enoturístico.

10. Considerações finais.

A vitivinicultura ocupa desde tempos recuados um papel preponderante na economia e sociedade portuguesa. A vinha e o vinho englobam várias dimensões do património cultural e o Alvarinho como produto resultante de um *terroir* específico e único corresponde a um valioso património da sub região de Monção e Melgaço.

A associação da vitivinicultura ao turismo corresponde a uma forma eficiente de valorizar o património vitivinícola.

O Enoturismo é um segmento recente mas em clara ascensão na Europa e no mundo sendo as rotas de vinho a sua face mais visível. Este segmento associado e/ou integrado com a gastronomia, agroturismo, ecoturismo, tem-se expandido especialmente nas grandes regiões vitivinícolas mundiais, embora com diferentes dinâmicas. Assim em países com tradição vitivinícola recente, como a Austrália e Estados Unidos, assistimos a uma grande aposta na inovação e sofisticação. Em contrapartida na Europa, a imposição deste setor tem sido gradual. Esta, baseia-se na tradição e no prestígio, mas também na capacidade de se reinterpretar e reinventar essa mesma tradição com recurso a criatividade e modernidade. Na Europa destaca-se a França, Itália e Espanha.

A aposta nesta atividade turística prende-se com o fato de permitir e contribuir para o desenvolvimento económico, social e cultural das áreas rurais. Representa mais – valias tanto para os vitivinicultores, caves e adegas, como para a região vitivinícola como região de destino de visitantes, assim como para a comunidade local.

O desenvolvimento do enoturismo poderá contribuir:

- Aumento das vendas de vinho;
- Aumento das margens de lucro;
- Educação dos visitantes e estímulo da lealdade à marca;
- Atração de novos segmentos de mercado;
- Melhorar a ligação aos distribuidores;

- Criação de novas parcerias;
- Teste de novos produtos.

Quanto ao destino destacam-se as seguintes vantagens:

- Aumento do número de visitantes;
- Incremento do valor das despesas dos visitantes;
- Atração de novos visitantes;
- Fidelização dos visitantes;
- Desenvolvimento de uma imagem única conjunta;
- Contrariar e gerir a sazonalidade.

Relativamente aos benefícios para a comunidade local destacam-se os seguintes:

- Atração de novos investimentos;
- Desenvolvimento de novos equipamentos e estruturas;
- Promoção do orgulho regional;
- Criação de eventos para residentes e visitantes.

Getz (2000 cit por idem, ibidem: 64) considera que os impactes económicos verificados numa região vitivinícola serão superiores caso se verifiquem as seguintes condições:

- Os turistas deslocam-se à região com a motivação principal pelo vinho;
- O rendimento gerado pelo enoturismo é por regra superior ao gerado por outros tipos de turismo;
- A sazonalidade no enoturismo é mais reduzida: tendência para os visitantes se deslocarem ao longo de todo o ano;

- O vinho, gastronomia e outros produtos típicos comercializados são produzidos, na sua maioria, localmente;
- Os lucros são reinvestidos na região, beneficiando a comunidade local;
- Os residentes locais encontram-se, na sua maioria, empregados nas atividades do setor do vinho e no turismo.

Em Portugal o enoturismo é uma atividade que apresenta grandes dicotomias. No Douro vinhateiro encontra-se bem estruturado e desenvolvido existindo uma grande diversidade de iniciativas turísticas conseguindo a complementariedade entre o setor turístico e vitivinícola. Verifica-se tanto o desenvolvimento agrícola como turístico. Esta região destaca-se no cenário nacional pela sua capacidade de atração e pela qualidade do serviço prestado.

Temos vindo a assistir, nas diversas regiões do país a iniciativas enoturísticas. No entanto, é um setor que apresenta várias lacunas, destacando-se a insuficiência de infraestruturas, equipamentos e serviços turísticos; a fraca preparação dos diversos intervenientes e a falta de cooperação e diálogo entre os agentes.

Para que o país se afirme é necessário colmatar essas lacunas e promover a valorização de cada região vinícola.

No que se refere às rotas de vinho correspondem a uma ferramenta eficaz na promoção e valorização das regiões vinícolas. Na Europa têm vindo a ganhar dimensão e projeção principalmente na Itália, Espanha e França. O número de rotas existentes não é seguro estando constantemente a surgir novas. Na Europa as rotas de vinho são fortemente dinamizados por movimentos associativos, quer regionais, quer inter-regionais. Encontrámos, igualmente uma forte promoção destas rotas pelas delegações de turismo de cada país. Os visitantes são convidados a explorar a riqueza cultural e natural das regiões vinícolas.

No espaço extra europeu, os Estados Unidos da América correspondem ao país que mais investe nas rotas de vinho na promoção da sua indústria vitivinícola. O sucesso das suas rotas prendem-se com a articulação existente entre os diversos agentes; a organização e promoção.

Portugal é um país com potencialidades em vários segmentos turísticos: Turismo de Sol e Praia; Saúde e Bem-estar; Touring Cultural e Paisagístico; Gastronomia e Vinhos; Turismo de Natureza; Golfe entre outros. Por outro lado, possui uma longa tradição vinícola e a vitivinicultura corresponde a uma actividade económica de relevo, possuindo uma variedade de vinhos de elevada qualidade. Temos vindo a assistir, a algumas iniciativas enoturísticas um pouco por todo o país, sendo a região do Douro, um destino enoturístico de reconhecida qualidade.

No que se refere às rotas do vinho nacionais verifica-se uma grande disparidade no que se refere a organização, composição e desenvolvimento. A ausência de enquadramento legal tem como consequência a multiplicidade de situações, isto é: há rotas geridas pelas respectivas comissões vitivinícolas; outras pelos municípios; associações de aderentes e ainda por regiões de turismo. Ao nível da promoção e divulgação verifica-se que 4 das 12 rotas nacionais não possuem presença na internet sendo divulgadas pelos municípios e pelos gabinetes de turismo. Apenas a Rota do Vinho do Porto disponibiliza informação em 4 línguas e excluindo a Rota dos Vinhos Verdes nenhuma permite fazer reservas online.

Enquanto produto turístico as rotas encontram-se pouco estruturadas, existindo lacunas no funcionamento (ausência de horários, escassez de recursos humanos e a sua fraca preparação) e falta de coordenação entre os diversos agentes.

Estes sintomas estão presentes na Rota dos Vinhos Verdes que tem no concelho de Monção 5 aderentes: A Adega Cooperativa de Monção; Casa Capitão Mor; Paço do Alvarinho, Produtores de Alvarinho de Monção e Solar de Serrade. Este último, é a única unidade de alojamento. Verifica-se a ausência da restauração e de equipamentos culturais.

A rota do Alvarinho veio de certa forma colmatar esta lacuna, tendo como aderentes tanto adegas e quintas produtoras; como restaurantes, museus e centros interpretativos e empresas de animação turística.

Não obstante estas melhorias e a existência de uma maior coordenação entre os agentes, a rota terá de corrigir algumas lacunas, lacunas estas que se verificam noutras rotas nacionais, a destacar: falta de preparação dos recursos humanos (por exemplo, desconhecimento de língua estrangeira) e a ausência de informação relativa aos horários de funcionamento dos aderentes.

Considerámos que a entidade gestora da rota deverá promover a formação dos aderentes, sensibilizando-os para as vantagens deste tipo de associação.

O Alvarinho é o produto-âncora de excelência da sub-região de Monção e Melgaço. O concelho de Monção possui uma longa tradição vinícola com vinhos de reconhecida qualidade desde o século XVII. Foi neste concelho que surgiu o Alvarinho na década de 20 do século XX. É o produto agrícola mais produzido e o que detém maior valor económico. São vários os produtores que se dedicam à produção de Alvarinho em exclusividade e muitos outros vêem nela um complemento aos rendimentos usufruídos de outras actividades económicas. A vinha caracteriza e destaca-se na paisagem da região. O concelho tem vindo a desenvolver atividades visando a promoção e divulgação do Alvarinho, seja através de feiras, atividades desportivas e gastronómicas. Eventos estes que têm registado bons resultados.

Não obstante, verifica-se que a maioria dos produtores trabalha isoladamente, possuindo empresas de cariz familiar, não reunindo condições para a receção de turistas.

Considerámos que o Alvarinho só se converterá num motor de desenvolvimento económico e turístico do concelho quando os produtores se aliarem e trabalharem em conjunto, visando possuir as condições necessárias para prestar um serviço de qualidade aos turistas: dando a conhecer a empresa, adega, métodos produtivos, entre outros aspectos. Ultrapassada esta barreira e aliando o Alvarinho a outros recursos culturais e naturais existentes na região, certamente que o concelho se poderá converter num destino enoturístico de excelência.

A realização deste projeto esteve, naturalmente, sujeita a vários condicionalismos, nomeadamente profissionais e temporais. Para além destes condicionalismos deparamo-nos igualmente com a ausência de resposta por parte de organismos que poderiam colaborar na compreensão do fenómeno Alvarinho.

Recomendamos que o estudo se expanda ao concelho de Melgaço e que se considere a hipótese de uma integração da região galega das Rías Baixas na rota. Esta integração poderia contribuir para a projeção da Rota a nível internacional.

Para além disso, recomendamos que se elaboram inquéritos visando conhecer quem visita a região, no geral, e a rota do Alvarinho em Particular.

Em Suma, consideramos que, com a elaboração deste projeto de investigação, conseguimos demonstrar a importância que o Alvarinho detém no concelho de Monção e como ele poderá constituir um importante motor de desenvolvimento local, desenvolvendo-se o enoturismo na região.

Bibliografia:

- ALARCÃO, J. (1998), *Introdução ao Estudo da História e Patrimónios Locais*. Coimbra, Instituto de Arqueologia da Faculdade de Letras da Univ. de Coimbra, 2ª ed.
- ALMEIDA, Carlos Alberto Ferreira de (1987): “ Alto Minho”, editora presença. Lisboa
- AMARAL, Carmélia; MOESCH, Norma Martini E FRANÇA, Rosana (2006): *Turismo Cultural: Orientações básicas*, Ministério do Turismo. Brasília. Disponível em: <http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/tu000019.pdf>
- ANDRÉ, Maria Encarnación (2006): “Políticas locais de dinamización turística y grandes atractivos culturales. El caso de Figueres”, IN SENTIAS, Josep Font (coord.) *Casos de turismo cultural: de la planificación estratégica a la Gestión del producto*. Espanha.
- ANTUNES, Joaquim; NOVAIS, Cristina Barroco (2009): “O contributo do Enoturismo para o desenvolvimento regional: o caso das Rotas dos Vinhos”, 1º Congresso de desenvolvimento regional de Cabo Verde.
- BALLART, J. (1997), *El Patrimonio Historico y Arqueológico: Valor y Uso*. Barcelona, Ed. Ariel.
- BALLART, J. e JUAN- TRESSERRAS, J. (2005), *Gestión del Patrimonio Cultural*. Barcelona, Ed. Ariel, 2ª ed.
- Bandeira, Miguel Sopas de Melo (1994): “ A vinha e o vinho, património paisagístico do Minho: a Transformação da paisagem noroestina com a reestruturação - reconversão da vinha” in separata da *Minia*, 3ª serie, ano 2, ASPA, Braga.
- BÖHM, Jorge (2007): “Portugal vitícola, o grande livro das castas”, Chaves Ferreira-Publicações. Lisboa.
- BRÁS, José Miguel da Silva: “ As rotas de vinho como elementos de desenvolvimento económico.” Tese de doutoramento apresentada à universidade de Aveiro.
- BROCHADO, Cláudio Iarangeira (2001): “ A lagareta de contrapeso da Quinta do Forte, Monção”, *Douro, Estudos e Documentos*, VI, GEHVID. Porto.

- BRUWER, Johan (2003): "South African wine routes: some perspectives on the wine tourism industry's structural dimensions and wine tourism product", *Tourism Management*, nº 24 pp 423- 435.
- CAPELA, José Viriato (2003): *Monção nas memórias paroquiais de 1758*, Casa Museu de Monção. Monção.
- CHOAY, Françoise (1999), *A Alegoria do Património*. Lisboa, Ed. 70;
- COSTA, A (2003); " O Enoturismo em Portugal: o caso das rotas do vinho", 3ª Jornadas ibéricas de Turismo, Escola Superior de Educação de Coimbra, Coimbra.
- COSTA, A ; DOLGNER, R. (2003): " O enquadramento legal do Enoturismo", 1º encontro do Turismo em Espaço Rurais e Naturais, Escola Superior Agrária de Coimbra. Coimbra.
- COSTA, A; KASTENHOLZ, E (2009): " O Enoturismo como fator de desenvolvimento das regiões mais desfavorecidas", 1º congresso de desenvolvimento regional de Cabo Verde.
- Fabião, Carlos (1998): "O vinho na Lusitânia: reflexões em torno de um problema arqueológico", in *Revista Portuguesa de Arqueologia*, vol.I, número 1. Lisboa.
- FERREIRA, Luís (2007): " Os impactos do turismo", *workingpaper 3*.ISCET.
- FERREIRA, Luís; COSTA, Jorge e GOMES (s.d): " Planeamento em Turismo", *Tekné – Revista de Estudos Politécnicos*. IPCA.
- GILBERT, D (1992); " Touristic development of a viticultural region of Spain", *International Journal of wine Marketing*
- GOULART, Marilandi e SANTOS, Roselys Izabel C. (1998): " Uma Abordagem histórico - cultural do turismo", *turismo, visão e ação*, v.1, nº1. Brasil. Disponível em: <http://www6.univali.br/seer/index.php/rtva/article/view/1388>
- INÁCIO, Ana Isabel (2007): "O enoturismo: da tradição à inovação, uma forma de desenvolvimento rural ", Actas do III congresso de Estudos Rurais, Universidade do Algarve, Faro.
- IZQUIERDO, C.C., (2004); *Marketing del Patrimonio cultural*. ESIC.Madrid.
- JOHNSON, Hugh (1999): " História Universal do Vinho", litexa. Lisboa

- KASTENHOLZ, E (2002); “ O papel da imagem do destino no comportamento do turista e implicações em termos de Marketing: o caso do Norte de Portugal”, Tese de Doutoramento, Universidade de Aveiro.
- KUNC, Martin H. (2008): “ A review of the development of wine tourism in Chile”, paper 4th international conference of the academy of business research.
- LEMOS, Francisco Sande (1993): “ Povoamento romano de Trás-os-Montes Oriental”, dissertação de doutoramento apresentada à Universidade do Minho.
- Machado, José Cerqueira (1962): *A fama dos vinhos de Monção e a tradição do comércio inglês*, separata das jornadas vitivinícolas IV vol, comissão de viticultura da Região dos Vinhos Verdes. Porto.
- Magalhães, Nuno (2008): *tratado de viticultura: a videira, a vinha e o “terroir”*, Publicações Chaves-Ferreira, Lisboa.
- MARQUES, Helder (1987): “ Região demarcada de vinhos verdes” in *revista da faculdade de letras- geografia*, I série, vol.III. Porto.
- MARTINS, Conceição Andrade (1991): “ A Filoxera na viticultura nacional”, in *Análise social*, nº 112-113. Lisboa.
- MARTINS, Conceição Andrade (1996): “A intervenção política dos vinhateiros no século XIX” in *Análise social*, nº 136-137. Lisboa.
- MARTINS, Conceição Andrade (1998): *Vinha, vinho e política vinícola em Portugal. Do Pombalismo à Regeneração*. 3 vol., Évora.
- MARTINS, Conceição Andrade (2003): “o tratado de Methuen e o crescimento do comércio vinícola português na 1ª metade de setecentos”, in Cardoso, José Luís et alia: *O tratado de Methuen (1703), diplomacia, guerra, política e economia*, livros horizonte. Lisboa
- MENDES, JOSÉ M. AMADO (2000): “ Uma nova perspetiva sobre o património cultural: preservação e requalificação de instalações industriais”, *Gestão e Desenvolvimento*, nº 9, p. 197-212.

- Morais, Rui (1998): “As ânforas da zona das Carvalheiras. Contributo para o estudo das ânforas romanas de Bracara Augusta”, dissertação de mestrado apresentada à Universidade do Minho.
- Oliveira, Aurélio de (1986): “ Níveis de produção vinícola no Entre Douro e Minho 1629-1822”, *separata de CENPA- Centro de Estudos Norte de Portugal*, Aquitânia, Porto.
- PÉREZ JUEZ GIL, A (2006): *Gestión del Patrimonio Arqueológico: El yacimiento como recurso turístico*. Ariel. Barcelona.
- PÉREZ, Xerardo Pereiro (2009): “ Turismo cultural. Uma visão antropológica.”, *Pasos Revista de património e turismo Cultural* , nº2. Tenerife. Disponível em: http://www.pasosonline.org/Paginas/e-book_2.htm
- PINA, António José da Silva (2010): “ Estratégias de marketing para o enoturismo português”, *journal of tourism studies, cogitur*.
- REIS, José luís; OSÓRIO, Conceição; Bastos, Joana (2002): *Catálogo de marcas de marcas da região dos vinhos verdes. A região demarcada de vinhos verdes um século de história*. Comissão de Viticultura da Região dos Vinhos Verdes. Porto.
- RODRIGUES, Ana Isabel (2002): “A engenharia turística como fator de desenvolvimento regional: alguns conceitos e aplicações.” *Comunicação apresentada no IX Encontro Nacional da APDR Lisboa*. Disponível em: <http://www.estig.ipbeja.pt/~aibpr/Ensino/EngDesenvTur/MaterialdeApoio/Grupo9/ComunicacaoAPDR.pdf>
- SIMÕES, Orlando: “ A regulação do mercado de vinho em Portugal: uma análise de longo prazo” comunicação apresentada no V colóquio Hispano – Português de Estudos rurais realizada em Bragança a 23 e 24 de outubro de 2003.
- TORRE, Genoveva et allia (2007): “ Novos desafios e oportunidades para as cooperativas vitivinícolas. A criação de rotas enológicas”, *Agroforum*, revista da Escola Superior Agrária de Castelo Branco, nº 19, ano 15
- VIERA, José Augusto (2002): “Monção em o Minho Pitoresco”, casa museu de Monção. Braga.

Obras de referência:

- Bíblia Sagrada/ traduções Vulgata; Lisboa; Três sinais editora; 2001-
- Dicionário Universal da Língua Portuguesa; Cacém; Texto editora; 2003.
- Enciclopédia lusa Brasileira da Cultura; Lisboa; Verbo editora, 1998; Vol. XVIII.
- Enciclopédia Luso Brasileira da Cultura; Lisboa; Verbo editora, 1998; Vol.VI.
- Grande Enciclopédia Luso Brasileira da Cultura; Página Editora, 2001; Vol IV.
- **Sítios web:**
 - <http://www.buritibrasil.com/ccv/portugal-regioes-vinícolas-e-seus-vinhos.pdf>
 - http://www.cm-moncao.pt/portal/page/moncao/portal_municipal/SERVICOS_MUNICIPAIS/planeamento_ordenamento/PDM/06.%20Rede%20Viaria%20e%20Transportes.pdf
 - www.acer.pt.org.
 - http://www.cmmoncao.pt/portal/page/moncao/portal_municipal/municipio/HISTORIA/HistMoncao.pdf
 - <http://www.vinhoverde.pt/pt/vinhoverde/regiao/default.asp>
 - <http://www.confagri.pt/Noticias/Pages/noticia32815.aspx>
 - <http://www.pressdisplay.com/pressdisplay/viewer.aspx>
 - http://www.cm-moncao.pt/portal/page/moncao/portal_municipal/AGENDA_21_LOCAL/DiagnF3stico%20e%20plano%20de%20acE7%E3o.pdf
 - <http://www.ret.gov.au/tourism/Documents/tra/Snapshots%20and%20Factsheets/wine%20tourism%20perfect%20partners.pdf>

- http://www.iwv.min-agricultura.pt/np4/?newsId=1363&fileName=FN_n_4_Conjuntura_Mundial_rev.pdf
- <http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/turismodeportugal/Documents/Gastronomia%20e%20Vinhos.pdf>
- <http://rota.vinhoverde.pt/aboutus.asp?ilD=0&clienteID=07VNCLMACHHF9PGMV6X52NH7PKPQ3GUC&>
- <http://www.germany.travel/pt/cidades-e-cultura/aconchego/terra-do-vinho/regioes-vincolas/pfalz.html>
- <http://www.arev.org/spip.php?rubrique18&lang=pt>
- http://www.recevin.net/userfiles/file/VADEMECUM_ENOTURISMO_EN.pdf
- <http://www.movimentoturismovino.it/?lang=en§ion=itinerari>
- <http://br.franceguide.com/viagem-tematica/vinho-gastronomia/home.html?NodeID=119>
- <http://www.gouvernement.fr/gouvernement/tourisme-viticole-dix-sites-labellises-vignobles-et-decouvertes>
- <http://www.acevin.es/>
- <http://www.wineroutesofspain.com/rve1/index.jsp>
- http://www.expreso.info/es/noticias/gastronomia/25249_alemania_se_promociona_con_sus_vinos
- <http://www.argentina.gob.ar/advf/documentos/4e7789c44de4a.pdf>
- <http://www.thisischile.cl/Article.aspx?ID=1415&sec=346&aje=Turismo&idioma=2>
- <http://americaswinetrails.com/wine-trails/>

- <http://www.winetrailsusa.com/>
- http://www.wineinstitute.org/files/mfk_us_econ_report07.pdf
- www.vinhoverde.pt
- <http://rota.vinhoverde.pt>
- http://www.cm-moncao.pt/portal/page/moncao/portal_municipal/Turismo/alvarinho/Paco%20do%20Alvarinho
- <http://www.provam.com/pagina.php?codPagina=7&codIdioma=1>
- <http://www.rotadoalvarinho.pt>
- http://www.foraldemoncao.com/index.php?option=com_content&task=view&id=35&Itemid=36
- <http://www.quintadacheira.alvarinho.pt/quinta.php>
- <http://www.quintapacos.com/historia.html>
- http://www.casaviana.net/casaviana/?page_id=547

Anexos

Anexo 1. Modelo de questionário elaborado à técnica de Turismo da Câmara Municipal de Monção.

1º Como descreveria Monção do ponto de vista turístico?

2º Quem nos visita e o que procuram?

3º Que aspectos considera que deveriam ser melhorados de forma a tornar o concelho mais apelativo do ponto de vista turístico?

4º Pretendem desenvolver, ou já desenvolveram algo no âmbito do turismo cultural?

5º Considera que o concelho se poderá afirmar enquanto destino enoturístico?

6º Que medidas têm sido tomadas para potencializar o concelho do ponto de vista enoturístico?

7º Considera que a Rota dos Vinhos Verdes cumpre a função para a qual foi criada?

8º Relativamente à Rota do Alvarinho recentemente criada, que aspectos considera positivos e quais os aspectos que deveriam ser alterados?

9º Considera que o desenvolvimento do Tema Alvarinho enquanto recurso patrimonial e turístico poderá contribuir beneficemente para o desenvolvimento local e para a melhoria das condições de vida das populações locais?

Anexo 2. Modelo de questionário realizado aos produtores de Alvarinho.

1º Quando é que o Alvarinho começa a ser produzido?

2º Quais as etapas na produção do vinho Alvarinho?

3º Que modificações se tem introduzido na produção do Alvarinho desde o início da sua produção até a actualidade?

4º Qual a importância da produção deste vinho para o concelho de Monção, no geral, e para a Vª economia, em particular?

- 5º A produção galega de Albariño afecta-vos do ponto de vista comercial?
- 6º Como vê o surgimento da produção de Alvarinho noutras regiões dos pais, como o Douro e o Alentejo?
- 7º O que representa a produção de Alvarinho para a Vª economia?
- 8º Estaria a Vª Quinta receptiva a integrar uma rota do Alvarinho, abrindo as suas portas a quem desejasse conhecer esta casta, e todo o processo produtivo?
- 9º Considera que o concelho de Monção tem potencialidades para se afirmar como destino Enoturístico?

Anexo 3. Modelo de questionário elaborado ao Presidente da Câmara Municipal de Monção.

- 1º Qual a importância da vinicultura, no geral, e da produção de Alvarinho, em particular, no concelho de Monção?
- 2º Qual a importância económica deste produto para a região?
- 3º Que medidas têm sido tomadas na promoção deste produto?
- 4º Considera que essas medidas têm conseguido alcançar o objetivo?
- 5º Como descreveria o concelho de Monção do ponto de vista turístico?
- 6º Que aspetos considera que devem ser melhorados de forma a tornar o concelho um destino turístico apelativo?
- 7º Considera que o concelho de Monção tem potencialidades para se afirmar como destino enoturístico?
- 8º – A Câmara tem algum projeto a desenvolver no âmbito do turismo cultural?

Anexo 4. Modelo de questionário elaborado aos proprietários de alojamento de Turismo em espaço rural.

1º Qual o perfil dos hóspedes?

2º Qual a duração média da estadia?

3º O que tem para oferecer?

4º Qual o principal motivo da visita e permanência em Monção?

5º Tem produção agrícola?

6º Produz Alvarinho?

7º Os hóspedes interessam-se em conhecer a vida rural, isto é, as tradições, modos de produção agrícola, procuram participar nas actividades agrícolas?

8º É habitual promoverem provas de vinho?

9º Os hóspedes interessam-se em conhecer a adega?

10ª Estaria receptiva a integrar uma rota do Alvarinho, abrindo as suas portas a quem desejasse conhecer esta casta, e todo o processo produtivo?

11º Considera que a integração nessa rota poderia constituir uma mais-valia na divulgação e promoção do serviço que disponibiliza?

12º Considera que Monção se poderá afirmar como destino Enoturístico?

Anexo 5. Entrevista à Técnica superior de Turismo da Câmara Municipal de Monção, Dr^a Carla Marinho.

1º Como descreveria Monção do ponto de vista turístico?

Monção possui diversos atrativos, um património natural e construído singular, varias estruturas dedicadas ao lazer, termas, tradições seculares, uma gastronomia que passa de geração em geração, não esquecendo o seu vinho Alvarinho ex-libris do Concelho.

Tendo como referencia o PENT (Plano Estratégico Nacional do Turismo), o concelho de Monção dispõem de excelentes atributos para apostar em 4 produtos estratégicos referenciados no referido PENT (Gastronomia e Vinhos; Touring Cultural e Paisagístico; Turismo de Natureza e Turismo de Saúde e Bem-Estar).

2º Quem nos visita e o que procuram?

Monção é visitado tanto pelo mercado nacional como internacional. A nível internacional, os mercados de maior presença são: Espanha, França, Reino Unido, Alemanha, Holanda e já nota uma grande representatividade dos mercados oriundos da América Central e da América Latina e também Ásia. Procuram conhecer para além da nossa cultura, tradição e costumes o nosso património tanto natural, cultural, arquitetónico como religioso, mas cada vez mais são atraídos pela nossa gastronomia e vinhos.

3º Que aspetos considera que deveriam ser melhorados de forma a tornar o concelho mais apelativo do ponto de vista turístico?

Monção, ainda carece de sinalética no seu património, tanto na Vila como por todo o Concelho. A nível da restauração e hotelaria, nota-se muitas carências. Era fundamental que estes agentes turísticos apostassem mais num serviço de qualidade e profissional. Cada vez mais é fundamental apresentar serviços de qualidade e diferenciadores se quisermos competir com os concelhos vizinhos e fidelizar os nossos turistas e atrair novos mercados.

4º Pretendem desenvolver, ou já desenvolveram algo no âmbito do turismo cultural?

Monção nos últimos anos tem desenvolvido algumas atividades no âmbito do turismo cultural de forma a dá-lo a conhecer ao mundo. No entanto tendo em conta a conjuntura económica do país e do mundo, é indispensável a colaboração estratégica entre o sector público e o privado, para que se possam executar os projetos existentes. Contudo o sector privado está pouco consciencializado para esta colaboração, sendo cada vez mais difícil implementar e dar continuidade a projetos dentro deste âmbito.

5º Considera que o concelho se poderá afirmar enquanto destino enoturístico?

Monção dispõe de todas as condições para se afirmar como destino enoturístico. Neste concelho o turista não encontra só bom vinho e boa gastronomia, mas todo um conjunto de atrativos como os referenciados na resposta à pergunta 1 e que constituem uma oferta variada e diversificada.

6º Que medidas têm sido tomadas para potencializar o concelho do ponto de vista enoturístico?

Neste momento o concelho integra a Rota do Vinho Alvarinho com diversos aderentes, tanto a nível dos vinhos como da hotelaria, restauração, património natural, monumental e religioso, entre outros. Tem sido feito vários contactos junto dos aderentes e possíveis aderentes no sentido de trabalharem em conjunto na promoção da Rota e do Território.

7º Considera que a Rota dos Vinhos Verdes cumpre a função para a qual foi criada?

A rota dos vinhos verdes não funciona o que pode contribuir para uma ideia negativa da região. A comissão dos vinhos verdes está ciente e pretende reformular a rota.

8º Relativamente à Rota do Alvarinho recentemente criada, que aspetos considera positivos e quais os aspetos que deveriam ser alterados?

A rota do alvarinho está a funcionar plenamente. Engloba os diversos sectores de atividade: hotelaria, restauração, enotecas, museus, centro interpretativo, trilhos pedestres, termas, entre outros. Como aspetos negativos, considero que os produtores são passivos deveriam colaborar na promoção e dinamização do produto. Por outro lado, muitos não reúnem as condições necessárias para a integração na rota. No concelho de Monção apenas a Adega Cooperativa, a Provam e o Solar de Serrade possuem as instalações adequadas. É fundamental ultrapassar a rivalidade entre os produtores. Tentamos promover a união.

9º Considera que o desenvolvimento do Tema Alvarinho enquanto recurso patrimonial e turístico poderá contribuir beneficemente para o desenvolvimento local e para a melhoria das condições de vida das populações locais?

O vinho Alvarinho é o ex-libris do Concelho de Monção e, Monção o seu Berço, sendo um dos seus principais recursos turísticos. A aposta nesta temática será de todo fundamental para o desenvolvimento económico da população local. No entanto isto só será possível se todos se

unirem numa só direcção e comungarem da mesma aposta, caso contrário o objetivo de projetar Monção para o exterior e desenvolver a sua economia e toda a sua envolvimento não será alcançado.

Anexo 6. Entrevista ao proprietário da Quinta das Pereirinhas, Senhor Carlos Pereira.

1º Quando é que o Alvarinho começa a ser produzido?

Muitos acreditam que o Alvarinho seria já produzido a cerca de 300 anos, mas não lhe reconheciam valor. Há cerca de 80 anos um emigrante chamado Sr.Rouco fundou um vinho chamado Cepa Velha que começou a exportar para o Brasil.

2º Quais as etapas na produção do vinho Alvarinho?

As etapas inerentes a produção do Alvarinho são diversas. Entre Outubro e Março verifica-se a plantação assim como a armadura para bardos. A poda realiza-se de Outubro a Fevereiro. Posteriormente temos a fase de tratamentos: Sulfatámos a partir de Abril (actualmete aparecem mais doenças), geralmente 8 tratamentos contra o ioldio e mioldio. Por esta altura também se despona a rama. A vindima realiza-se de finais de Setembro aos inícios de Outubro. Uma vez recolhidas as uvas, estas são transportadas para a Adega, passando assim, para a fase da vinificação que pressupõe sensivelmente 6 meses. O processo de vinificação consiste no seguinte: a uva passa pelo desengaçador para se separar a uva do cangaço. De seguida passa pela prensa pneumática que separa o vinho do cangaço. Daqui vai directamente para a cuba para fermentação, sensivelmente 10 a 12 dias. Às 24 horas faz-se uma Trásfega para retirar as borras do vinho. Durante este período a densidade vai sendo medida. Realizam-se igualmente análises para se verificar a qualidade do vinho e para se verificar se é necessária alguma correcção. Por fim, aguarda-se pelo tempo frio para se engarrafar, geralmente em Janeiro, onde permanece em estágio mês e meio, podendo apenas ser consumido após este período.

3º Que modificações se tem introduzido na produção do Alvarinho desde o início da sua produção até a actualidade?

Na Quinta das Pereirinhas procederam-se as seguintes alterações: substituição da ramada pelo bardo ascendente; mecanização da Adega desde as cubas e a máquina do frio, esta máquina tem como função dominar a fermentação para obter os melhores aromas.

4º Qual a importância da produção deste vinho para o concelho de Monção, no geral, e para a Vª economia, em particular?

A produção deste vinho é extremamente importante para o concelho pois é o sustento de muitas famílias, e a principal actividade económica do concelho, para além de possuir grande importância na economia nacional. Considero que o alvarinho dá lucro mas exige grandes investimentos. Para mim é gratificante e dá-me imenso prazer trabalhar com vinhos.

5º A produção galega de Alvarinho afecta-vos do ponto de vista comercial?

Os galegos têm a vantagem de se associar conseguindo produzir em grande quantidade. Os Minhotos temem associar-se produzindo em menor escala, não obstante com maior qualidade.

6º Como vê o surgimento da produção de Alvarinho noutras regiões do país, como o Douro e o Alentejo?

Vejo o surgimento da produção de Alvarinho com algumas reservas mas não se pode impedir que eles o produzam. Penso que nunca alcançarão a nossa qualidade.

7º O que representa a produção de Alvarinho para a Vª economia?

A nossa produção é maioritariamente de Alvarinho. Privilegiamos a venda directa mas também exportamos para o Brasil, França, Inglaterra e Espanha.

8º Estaria a Vª Quinta receptiva a integrar uma rota do Alvarinho, abrindo as suas portas a quem desejasse conhecer esta casta, e todo o processo produtivo?

Estaria receptiva desde que não implicasse a visita em massa às nossas instalações.

9º Considera que o concelho de Monção tem potencialidades para se afirmar como destino Enoturístico?

Sim considero que reúne boas condições. Tem uma paisagem deslumbrante, com bons locais para lazer. Tem uma área amuralhada maravilhosa. Para além disso tem quintas e solares. A gastronomia e os vinhos têm muita qualidade. Têm é de melhorar as acessibilidades e criar infra-estruturas.

Anexo 7. Entrevista ao representante da Sociedade Agrícola, Quinta dos Paços, Lda.

Como nota introdutória, a Quinta de Paços – Sociedade Agrícola, Lda explora um conjunto de quintas em Barcelos e a Quinta da Boavista, em Monção. É desta e dos seus vinhos que nos vamos ocupar.

1º Quando é que o Alvarinho começa a ser produzido?

Temos referências históricas à Quinta da Boavista que remontam ao sec IV. Nestas quintas a cultura da vinha estava generalizada, destinando-se as uvas maioritariamente à produção de vinho.

Os vinhos produzidos eram principalmente claretes resultantes das castas Brancelho e Pedral, de entre outras. Julgo que a referência mais antiga aos vinhos brancos é a de um banquete oferecido ao Rei D. José, no terreiro do Paço, sec XVIII. Provavelmente seria um vinho resultante de várias castas, incluindo o Alvarinho.

Desconheço quando é que a casta Alvarinho apareceu e qual a sua proveniência. Julgo que apenas há conjecturas.

Só nos anos 20 do sec-xx aparece o nome Alvarinho nos rótulos dos vinhos da Quinta de Rodas. Nos anos 10 desse século os rótulos dos vinhos da Quinta da Boavista referiam Vinho Branco de Monção e Vinho Clarete de Monção.

2º Quais as etapas na produção do vinho Alvarinho?

A resposta a esta pergunta implicaria uma investigação histórica à cultura da vinha na região. Pelo que conheço, havia vinhas baixas e vinhas altas. Temos na quinta exemplos de uma forma e da outra utilizadas num passado já distante.

Após a vindima as uvas são prensadas, sendo o seu sumo (mosto) decantado para que os componentes indesejáveis, mais densos, sejam retirado. Seguidamente este mosto é trasfegado para um depósito onde vai fermentar, transformando os seus açúcares em álcool. Posteriormente é clarificado e depois engarrafado.

3º Que modificações se tem introduzido na produção do Alvarinho desde o início da sua produção até a atualidade?

Referindo-nos à Quinta da Boavista, houve modificações quer na vinha quer na adega.

Na vinha houve sucessivas plantações de vinha a substituir os sistemas de condução demasiadamente baixos ou altos por vinhas em cordão simples descendente a 1,7 metros de altura do solo, numa primeira fase, a partir de 1992, e mais recentemente, a partir de 2004, por cordões ascendentes a 1 metro de altura.

Na adega começou-se a substituir as vasilhas de madeira, que estavam contaminadas, impedido a produção de bom vinho, por vasilhas em materiais inertes, como o aço inoxidável. Introduziu-se nessa época um filtro de placas. Substituiu-se depois a tradicional prensa hidráulica de fuso vertical por uma prensa pneumática, fazendo uma prensagem mais suave e permitindo uma descarga mas rápida. A fase seguinte foi a instalação de frio para controlar a temperatura de fermentação e para a estabilização dos vinho. O último equipamento foi um permutador para arrefecimento do mosto depois de prensado.

Em consequência destas alterações conseguimos ter uma adega tecnologicamente bem equipada para a produção de vinhos de qualidade. Esta qualidade tem sido reconhecida com várias medalhas de ouro e de prata em concursos internacionais, como Decanter e International Wine and Spirits Competition, ambas em Londres, além de outras distinções, como a atribuída pelo jornalista Simon Woods ao incluí-lo no grupo dos 50 melhores vinhos portugueses.

4º Qual a importância da produção deste vinho para o concelho de Monção, no geral, e para a Vª empresa, em particular?

Julgo que para o concelho de Monção a produção do vinho Alvarinho é da maior importância económica e social, infelizmente nem sempre reconhecida. Realmente, basta ver como a

paisagem tem uma componente de vinha tão grande. É o vinho Alvarinho e mais recentemente as termas que sustentam as restantes actividades económicas.

Para a Quinta de Paços as vendas do vinho Casa do Capitão-mor têm um peso muito significativo em valor e em prestígio.

5º A produção galega de Alvariño afecta-vos do ponto de vista comercial?

Não nos afecta, antes pelo contrário. A partir de 1986 a Espanha soube aproveitar muito bem as regras da OCM dos vinhos. Em consequência disso os vinhos espanhóis partiram à conquista do mundo.

Portugal persistiu nos erros do passado, numa situação inadmissível, em que a certificação da qualidade está nas mãos de associações ditas interprofissionais, sendo juizes em causa própria. O resultado é inundarem os mercados com vinhos maioritariamente de baixa qualidade certificados como DOC, descredibilizando os bons vinhos portugueses. Os vinhos espanhóis ajudam-nos a abrir as portas dos mercados e quando os nossos Alvarinhos têm qualidade, depois de vencida a dúvida no espírito dos compradores ao lerem Vinho Verde no rótulo, apercebem-se de que estão em frente de um vinho de elevada qualidade.

6º Como vê o surgimento da produção de Alvarinho noutras regiões do país, como o Douro e o Alentejo?

Não estou preocupado. Ainda não bebi um Alvarinho de qualidade feito nessas regiões. Há castas que têm uma capacidade para originarem bons vinhos em diferentes “terroirs”. O mesmo não acontece com o Alvarinho. Depois, quando esses produtores começam a fazer contas, concluem que a produtividade é muito baixa, devido ao reduzido peso do cacho. Só vendendo caro o vinho se pode obter lucros e para isso o mercado exige um nível elevado de qualidade.

Muitas dessas vinhas ou já foram arrancadas ou estão em vias de o serem.

7º O que representa a produção de Alvarinho para a Vª sociedade?

Já respondemos anteriormente.

8º Estaria a Vº sociedade receptiva a integrar uma rota do Alvarinho, abrindo as suas portas a quem desejasse conhecer esta casta, e todo o processo produtivo?

Nós já estamos na Rota do Vinho Verde. Por um lado esta rota praticamente não funciona. Com a fama de o Vinho Verde ser um vinho de menor qualidade junto dos apreciadores de bons vinhos, estes não se dispõem a fazer visitas às adegas e quintas. Para se ultrapassar esta situação é necessário constituir-se a Denominação de Origem Monção-Melgaço sem qualquer referência a Vinho Verde. Esta é, de resto uma prática corrente noutros países.

Temos, a pedido de alguns grupos que sabem o que é o vinho Alvarinho, aberto as portas a visitas, mas são muito raras.

Nas condições actuais, uma Rota do Vinho Alvarinho suponho ter dificuldades em vingar. No nosso caso, não vivendo na quinta é complicado ter as portas abertas a visitantes da rota.

9º Considera que o concelho de Monção tem potencialidades para se afirmar como destino Enoturístico?

Sem dúvida, embora haja muito que fazer no domínio da mentalidade das população em geral e dos produtores, que têm que ter mais cultura vínica e em marketing.

Anexo 8. Entrevista ao representante da Sociedade Agrícola, Sociedade Agrícola, Palácio da Brejoeira Viticultores, Engenheiro Paulo Mendes.

1º Quando é que o Alvarinho começa a ser produzido?

A primeira marca comercializada foi a marca Cepa Velha. O Palácio da Brejoeira iniciou produção em vinha contínua em 1964. A uva produzida destinava-se a Adega Cooperativa, da qual fazia parte como membro Fundador. Só a partir da década de 70 surgiu a marca Palácio da Brejoeira.

2º Quais as etapas na produção do vinho Alvarinho?

A primeira etapa corresponde à plantação, até 2000 utilizava-se o porta-enxerto em bravo, a posteriori verifica-se a enxertia com varas extraídas das cepas mais antigas. Na década de 40 do

século XX existia já no Palácio da Brejoeira vinha continua em Bardos. A produção inicia-se a partir do 3º, 4º ano atingindo a plena produção a partir do 6º ano. A partir de 2000, deixou de ser plantado em porta-exerto e passou a vir enxertado. Ao 5ºano já atingia uma boa produção. Relativamente à durabilidade da vinha, esta corresponde sensivelmente a 25 anos, 30anos no máximo. Não obstante, possuímos uma vinha plantada em 1964.

3º Que modificações se tem introduzido na produção do Alvarinho desde o inicio da sua produção até a actualidade?

Tem-se introduzido várias alterações no que diz respeito à preparação do terreno; encepamento, formas de condução, amanhos e granjeios. O Palácio da Brejoeira foi pioneiro na utilização da forma de condução por cruzeta em 1964. Actualmente utilizámos a forma de condução Sylvoz.

4º Qual a importância da produção deste vinho para o concelho de Monção, no geral, e para a Vª sociedade, em particular?

A vitivinicultura corresponde à principal actividade e a principal indústria. O palácio da Brejoeira até 2010 vivia essencialmente da vitivinicultura. A partir desta data começou a desenvolver uma actividade cultural abrindo as suas portas ao público.

5º A produção galega de Alvariño afecta-vos do ponto de vista comercial?

Não, ajuda-nos. Os produtores galegos são mais agressivos comercialmente.

6º Como vê o surgimento da produção de Alvarinho noutras regiões do país, como o Douro e o Alentejo?

Vejo como vantajosa a produção de Alvarinho fora da região dos vinhos verdes, pois pode contribuir na elaboração de Bons vinhos, contribuindo assim para uma boa reputação da casta.

7ºO que representa a produção de Alvarinho para a Vª sociedade?

A produção é exclusivamente de Alvarinho. Até a década de 90 exportávamos 80% da produção. Na actualidade verifica-se o contrário, 80% da produção destina-se ao mercado interno e apenas 20% à exportação. Todavia, pretendemos expandir.

8º Estaria a Vª sociedade receptiva a integrar uma rota do Alvarinho, abrindo as suas portas a quem desejasse conhecer esta casta, e todo o processo produtivo?

Já aderimos e considerámos uma mais-valia.

9º Considera que o concelho de Monção tem potencialidades para se afirmar como destino Enoturístico?

Tem potencialidades mas tem muito que progredir. Faltam muitas infra-estruturas. Por exemplo, não temos restaurantes a servir refeições típicas. Porém a nível de alojamento está a melhorar consideravelmente.

Anexo 9. Entrevista ao proprietário da Quinta da Baguinha, Sr. Aleixo Brito Caldas.

1º Quando é que o Alvarinho começa a ser produzido?

A origem da produção do Alvarinho é desconhecida, provavelmente na década de 20. O primeiro vinho Alvarinho a ser rotulado foi produzido pela casa de Rodas. A primeira marca corresponde à Cepa Velha.

2º Quais as etapas na produção do vinho Alvarinho?

Na sub região Monção – Melgaço existem três tipos de solo: o granítico; o xisto e o seixo rolado. Temos de determinar o perfil do vinho que pretendemos, mais ácidos ou mais frescos.

3º Que modificações se tem introduzido na produção do Alvarinho desde o início da sua produção até a actualidade?

A Enologia evoluiu muito. Há 20 anos deu um salto medonho.

4º Qual a importância da produção deste vinho para o concelho de Monção, no geral, e para a Vª economia, em particular?

É o produto agrícola mais produzido. Corresponde a uma Fonte de riqueza muito importante. Para nós corresponde à totalidade da produção.

5º A produção galega de Alvariño afecta-vos do ponto de vista comercial?

Os galegos são mais agressivos comercialmente mas não nos prejudicam ao nível da qualidade.

6º Como vê o surgimento da produção de Alvarinho noutras regiões do país, como o Douro e o Alentejo?

Vejo com naturalidade, conseguimos que o Alvarinho alcançasse grande prestígio, correspondendo já à 4ª marca.

7º O que representa a produção de Alvarinho para a Vª economia?

Exportámos na ordem dos 33% sendo a Suíça, a França e o Luxemburgo os principais mercados.

8º Estaria a Vª Quinta receptiva a integrar uma rota do Alvarinho, abrindo as suas portas a quem desejasse conhecer esta casta, e todo o processo produtivo?

É um caso perdido, implica um grande investimento e não considero que tenha retorno.

9º Considera que o concelho de Monção tem potencialidades para se afirmar como destino Enoturístico?

Monção não possui as condições e os nossos recursos naturais não são convenientemente explorados.

Anexo 10. Entrevista ao proprietário da Quinta da Cheira, Sr. Carlos Machado.

1º Quando é que o Alvarinho começa a ser produzido?

Inícios do século XX, julgo que se iniciou com a produção do vinho cepa velha.

2º Quais as etapas na produção do vinho Alvarinho?

As etapas na produção do vinho Alvarinho são as seguintes: plantação; poda; adubação; sulfatagem; poda em verde; vindima; fabricação. Antes da vindima, é necessário realizar a limpeza e desinfeção corretas da adega. Para se obter um bom vinho a partir de uvas boas, é também necessário ter em atenção as condições de higiene e conservação do vinho.

A colheita das uvas é feita em caixas de plástico que devem ser transportadas rapidamente para a adega, de forma a evitar a exposição ao calor com respetiva fermentação precoce. As uvas devem ser colhidas em bom estado de maturação e desprezar a colheita de uvas podres, não devem ser calcadas durante a sua colheita e transporte. O esmagamento das uvas é feito com um desengaçador elétrico, que faz a separação do cangalho das uvas. A prensagem das uvas é também elétrica, o que torna este processo muito menos trabalhoso e demorado, contribuindo para evitar a oxidação do vinho e a cor amarelada, mantendo a cor citrina característica no vinho alvarinho. Após a prensagem, o mosto, deve ficar 24 horas a decantar as borras, de forma a separar as borras do mosto. A fermentação é feita com ajuda de leveduras e controlo da temperatura durante aproximadamente duas semanas, para que os açúcares quando se transformam em álcool, mantenham todo o complexo aromático da uva. Durante o período de conservação do vinho, deverão ser tomadas algumas medidas com a finalidade de manter a sua qualidade inicial, evitando problemas de oxidação, e de o proteger de determinadas doenças como a formação da flor ou azedia.

Neste sentido, e no devido tempo, devem-se efetuar as trasfegas e atestos, seguindo as indicações fornecidas por um laboratório. Normalmente deve-se fazer duas a três trasfegas antes do engarrafamento, aplicando sempre produtos para o proteger.

O engarrafamento passou agora a ser mecanizado, requerendo menos mão-de-obra e sendo feito de forma mais rápida e em qualquer altura. As rolhas utilizadas agora têm que ser certificadas para assim evitar perdas de vinho e entradas de ar. Após o engarrafamento, as garrafas devem ficar o mínimo de 24 horas de pé, para se dar a dilatação da rolha, passado este tempo devem ser deitadas num local fresco, tranquilo, sem incidência de luz solar direta e não demasiado húmido. As uvas são rigorosamente selecionadas, o mosto é clarificado a 14°C durante 24 horas e fermentado a temperatura controlada durante duas a três semanas em depósitos de inox. Antes de se proceder ao seu engarrafamento sofre um processo de estabilização de uma semana, e após o engarrafamento o vinho tem um estágio nas garrafas.

3º Que modificações se tem introduzido na produção do Alvarinho desde o início da sua produção até a atualidade?

Recorro a métodos tradicionais e equipamentos modernos.

4º Qual a importância da produção deste vinho para o concelho de Monção, no geral, e para a Vª economia, em particular?

A produção do Alvarinho é extremamente importante sendo o sustento de várias famílias do concelho, na nossa quinta produzimos em exclusivo o vinho Alvarinho.

5º A produção galega de Alvariño afecta-vos do ponto de vista comercial?

Não, e não considero a produção galega de Alvarinho uma ameaça.

6º Como vê o surgimento da produção de Alvarinho noutras regiões do país, como o Douro e o Alentejo?

Não considero uma ameaça pois não alcançam a nossa qualidade. Continuam a comprar as nossas uvas.

7º O que representa a produção de Alvarinho para a Vª economia?

O Alvarinho representa a totalidade da produção. Exporto 60% da produção sendo a França o maior comprador, seguindo-se a Holanda e a Bélgica.

8º Estaria a Vª Quinta receptiva a integrar uma rota do Alvarinho, abrindo as suas portas a quem desejasse conhecer esta casta, e todo o processo produtivo?

Estou receptivo a integrar uma rota do alvarinho porque considero uma boa forma de promover os meus vinhos.

9º Considera que o concelho de Monção tem potencialidades para se afirmar como destino Enoturístico?

Considero que o concelho reúne todas as condições.

Anexo 11. Entrevista ao representante da Sociedade Agrícola Vinho Alvarinho de Monção, Lda.

1º Quando é que o Alvarinho começa a ser produzido?

O Alvarinho começou a ser produzido em larga escala na década de 50. O Solar de Serrade começou a vender uva a partir de 1981 e em 1999 passou a engarrafar.

2º Quais as etapas na produção do vinho Alvarinho?

A 1ª fase corresponde à plantação que se realiza entre Outubro e Fevereiro. As podas em fevereiro e Março. De Abril a Agosto fazem-se os tratamentos à vinha. Em Setembro e Outubro, realiza-se a vindima. Posteriormente esmagam-se as uvas e vão para as cubas de fermentação.

A partir de Novembro transfega-se para outras cubas. Em Janeiro filtra-se e em Março dá-se o processo de estabilização em cubas de frio e realiza-se o engarrafamento.

3º Que modificações se tem introduzido na produção do Alvarinho desde o início da sua produção até a atualidade?

As primeiras plantações foram em cordão duplo com espaços de 7m x 7m e por 4m de largura. Na atualidade, utilizamos o sistema em cordão simples com espaços de 6m x 3m. Temos mais equipamentos e a adega é de 1999.

4º Qual a importância da produção deste vinho para o concelho de Monção, no geral, e para a Vª economia, em particular?

No geral corresponde à principal fonte de receita dos agricultores. Na quinta é a principal atividade, é o sustento da quinta de Serrade.

5º A produção galega de Albariño afecta-vos do ponto de vista comercial?

Todas as produções são concorrentes. A produção galega de Albariño pode afetar a exportação. Têm apoio do governo regional galego ao contrário do que sucede em Portugal.

6º Como vê o surgimento da produção de Alvarinho noutras regiões dos pais, como o Douro e o Alentejo?

Julgo que cada região deveria produzir a sua uva. Não tem a mesma qualidade mas pode prejudicar o “nosso”.

7º O que representa a produção de Alvarinho para a Vª economia?

É a principal atividade.

8º Estaria a Vª Quinta receptiva a integrar uma rota do Alvarinho, abrindo as suas portas a quem desejasse conhecer esta casta, e todo o processo produtivo?

Sim, já estamos integrados tanto na rota do Alvarinho como na rota dos vinhos verdes.

9º Considera que o concelho de Monção tem potencialidades para se afirmar como destino Enoturístico?

Sim, mas falta infraestrutura, não temos, por exemplo: teatro e cinema, as pessoas acabam por ir para Espanha.

Anexo 12. Entrevista a Gerente da Quinta de Santo António.

1º Qual o perfil dos hóspedes?

Casais jovens ou meia idade portugueses

2º Qual a duração média da estadia?

Com excepção dos meses de Julho e Agosto que alguns ficam entre 3 dias a 1 semana basicamente apenas ficam 1/2 dias

3º O que tem para oferecer? Trabalhamos em parceria com empresas de animação turística locais e as termas

4º Qual o principal motivo da visita e permanência em Monção? Conhecer a região

5º Tem produção agrícola? Uvas da casta Alvarinho

6º Produz Alvarinho? Não produzimos vinho neste momento apenas as uvas e entregamos na adega cooperativa de monção

7º Os hóspedes interessam-se em conhecer a vida rural, isto é, tradições, modos de produção agrícola, etc? Alguns

8º É habitual promoverem provas de vinho? Não

9º Os hóspedes interessam-se em conhecer a adega? Temos uma adega antiga mas que não está a ser utilizada para a produção de vinho. Quando mostram interesse em ver mostramos. Normalmente são os estrangeiros.

10ª Estaria receptiva a integrar uma rota do Alvarinho, abrindo as suas portas a quem desejasse conhecer esta casta, e todo o processo produtivo? Como neste momento não fazemos vinho não faz muito sentido.

11º Considera que a integração nessa rota poderá constituir numa mais-valia na divulgação e promoção do serviço que disponibiliza? Como não fazemos vinho não se aplica

12º Considera que Monção se poderá afirmar como destino Enoturístico? Sim. A região Melgaço/Monção tem tantos produtores e sendo o Alvarinho um vinho único poderia-se trabalhar em conjunto nesse sentido mas penso que os produtores são pequenos mas continuam a ser individualistas quando se deveriam juntar para trabalhar em conjunto porque de outra forma não se consegue chegar ao estrangeiro.

Anexo 13. Entrevista ao Gerente da Casa de São Bento.

1º Qual o perfil dos hóspedes?

Estrangeiros e Nacionais.

2º Qual a duração média da estadia?

Geralmente vêm para passar o fim-de-semana.

3º O que tem para oferecer?

Tranquilidade e hospitalidade.

4º Qual o principal motivo da visita e permanência em Monção?

Os estrangeiros procuram conhecer as tradições; os nacionais descansar.

5º Tem produção agrícola?

Possuímos uma pequena produção agrícola.

6º Produz Alvarinho?

em reduzida quantidade.

7º Os hóspedes interessam-se em conhecer a vida rural, isto é, tradições, modos de produção agrícola, etc?

Sim, procuram conhecer a vida rural.

8º É habitual promoverem provas de vinho?

Não reunimos as condições.

9º Os hóspedes interessam-se em conhecer a adega?

Não possuímos adega.

10ª Estaria receptiva a integrar uma rota do Alvarinho, abrindo as suas portas a quem desejasse conhecer esta casta, e todo o processo produtivo?

Não, pois não reunimos as condições necessárias.

11º Considera que a integração nessa rota poderá constituir uma mais-valia na divulgação e promoção do serviço que disponibiliza?

Poderia mas como já referi anteriormente não reunimos as condições necessárias.

12º Considera que Monção se poderá afirmar como destino Enoturístico?

Considero que Monção é um importante pólo turístico e o rio Minho é um importante recurso. O concelho deveria promover um festival gastronómico divulgando o Alvarinho em conjugação com elementos gastronómicos, igualmente riquíssimos. Seria uma feira para divulgar tradições.

Anexo 14. Solar de Serrade.

1º Qual o perfil dos hóspedes?

Nacionais e estrangeiros.

2º Qual a duração média da estadia?

Na época baixa 2 ou 3 dias, na época alta chegam a ficar uma semana.

3º O que tem para oferecer?

Tranquilidade e o contacto com a natureza.

4º Qual o principal motivo da visita e permanência em Monção?

Procuram descansar.

5º Tem produção agrícola?

Sim.

6º Produz Alvarinho?

Sim.

7º Os hóspedes interessam-se em conhecer a vida rural, isto é, as tradições, modos de produção agrícola, procuram participar nas atividades agrícolas?

Alguns, principalmente os estrangeiros.

8º É habitual promoverem provas de vinho?

Sim.

9º Os hóspedes interessam-se em conhecer a adega?

Principalmente os estrangeiros.

10ª Estaria recetiva a integrar uma rota do Alvarinho, abrindo as suas portas a quem desejasse conhecer esta casta, e todo o processo produtivo?

Já fazemos parte da rota do Alvarinho e podem visitar-nos mediante reserva.

11º Considera que a integração nessa rota poderia constituir uma mais-valia na divulgação e promoção do serviço que disponibiliza?

Sim, acho que corresponde a uma mais valia.

12º Considera que Monção se poderá afirmar como destino Enoturístico?

Sim, mas tem de criar mais infraestruturas nomeadamente de lazer.

Anexos 15. Breve descrição dos Produtores. Quinta das Pereirinhas.

A Quinta das Pereirinhas é uma empresa familiar, criada recentemente, que se dedica a Produção, Transformação e Comercialização de vinho Alvarinho. Encontra-se localizada a 3 km da sede de concelho, no Lugar de Vila Nova, freguesia de Troviscoso, junto à antiga estrada Monção–Melgaço.

A vinha da Quinta das Pereirinhas foi galardoada com a medalha de Prata no Concurso *A Melhor Vinha 2003*.

Anexos 16. Breve descrição dos Produtores. Quinta da Cheira.

A Quinta da Cheira localizada na freguesia de Pinheiros a 100 metros do Palácio da Brejoeira. O surgimento da marca de vinho Alvarinho Quinta da Cheira surgiu em 1997.

.

Anexos 17. Breve descrição dos Produtores. Quinta de Paços.

A Quinta de Paços-Sociedade Agrícola, Lda, é uma empresa familiar que explora cerca de 200ha na região do Minho.

Os seus terrenos situam-se nos concelhos de Barcelos e Monção, neles produzindo uvas e madeiras numa filosofia de qualidade e inovação.

Os terrenos em Barcelos estão distribuídos pelas seguintes quintas: Quinta de Paços, Quinta da Cotovia e Quinta de Vila Meã. Enquanto que os terrenos de Monção correspondem aos da Casa do Capitão-mor/Quinta da Boavista.

As uvas destinam-se à produção de vinhos em duas adegas situadas em Rio Covo Stª Eulália, concelho de Barcelos e em Mazedo, concelho de Monção

Anexos 18. Breve descrição dos Produtores. Quinta da Baguinha.

A Quinta da Baguinha situa-se na freguesia de Troviscoso. A marca Alvarinho Quinta da Baguinha foi premiada a nível internacional com o prémio Decanter World Wine Award

Anexos 19. Breve descrição dos Produtores. Palácio da Brejoeira.

O Palácio da Brejoeira localiza-se na freguesia de Pinheiros, na vila e concelho de Monção, distrito de Viana do Castelo, em Portugal.

A seis quilómetros a sul de Monção, inscreve-se em uma vasta propriedade rural, dividida entre 18 hectares de vinha, oito de bosque e três de jardim. Este sumptuoso palácio constitui-se num expoente das moradias fidalgas no país.

Em 1977, lançou no mercado uma marca própria, o vinho Alvarinho "Palácio da Brejoeira".

Anexos 20. Breve descrição dos Produtores. Solar de Serrade.

A S.A.V.A.M. (Sociedade Agrícola de Vinho Alvarinho de Monção, Lda.) é uma empresa familiar de Produtores-Engarrafadores, localizada na freguesia de Mazedo, a 3 km da Vila de Monção, na qual elaboramos Vinho Alvarinho, Vinho Verde Branco e Tinto. O Solar de Serrade, com construção datada do século XVII, tem tradição em vinhos, graças à qualidade dos seus terrenos e a uma boa exposição solar.

Anexos 21. Breve descrição dos Produtores. Adega Cooperativa de Monção.

A Adega Cooperativa Regional de Monção CRL, foi fundada a 11 de Outubro de 1958, por iniciativa de 25 Viticultores.

Situada em plena Região Demarcada dos Vinhos Verdes, na Sub-região de Monção e Melgaço.

Em 2007, a Revista dos vinhos galardoou-a como a “Cooperativa do Ano”, e, em 2008 no evento “Lisboa Celebra o Vinho”, o Ministério da Agricultura do Desenvolvimento Rural e das Pescas distinguiu-a com o prémio Empreendedorismo e Inovação

Anexos 22. Breve descrição dos Produtores. PROVAM.

A PROVAM (Produtores de Vinho Alvarinho de Monção) é uma Sociedade por quotas constituída por 10 Viticultores da Sub-Região de Monção e Melgaço que decidiram, em 1992, construir uma adega moderna e funcional para produção de vinhos da casta Alvarinho e de Alvarinho/Trajadura.

Com uma capacidade instalada de 460.000 litros, são das vinhas dos sócios 25 % das uvas laboradas e as restantes adquiridas a viticultores desta Sub-Região.

Anexos 23. Breve descrição dos Produtores. Sociedade Agrícola da Casa Pinheiro.

Nasceu em 1988 na Quinta de Alderiz e aí ganhou o nome que ainda hoje emprega nos rótulos e que exporta para países como Suíça, França e Alemanha, países que consomem mais de 20 por cento da produção anual. Brasil e Estados Unidos são outros mercados a conquistas pelos vinhos da Sociedade Agrícola Casa Pinheiro.

Anexos 24. Breve descrição dos Produtores. Quinta da Pedra.

A Quinta da Pedra é uma das mais históricas propriedades do Alto Minho e do concelho de Monção, com raízes no século XVII. Os 43 hectares de vinhedos que possui beneficiam de solos graníticos e de generosa exposição solar e, com a ajuda de uma viticultura cuidada e de precisão, dão origem às melhores uvas da nobre casta Alvarinho. A adega da propriedade possui a mais moderna tecnologia de vinificação, indispensável para preservar a qualidade e tirar o melhor partido das uvas criadas na Quinta da Pedra. Ali foi igualmente implantada uma das mais sofisticadas destilarias do mundo, para a produção de aguardentes de Alvarinho e destilados de frutos.

Anexos 24. Breve descrição dos Produtores. Quinta da Rebouça.

Informação não disponível.



Foto 1. Cacho de Alvarinho. Foto Carlos Machado



Foto 2. Vinha Antiga do Palácio da Brejoeira. Modo de condução em cruzeta. Foto Anna Campos.



Foto 3. Vinha Antiga e Vinha Nova. Palácio da Brejoeira. Vinha Antiga com sistema de condução em cruzeta; a Vinha nova utilizando cordão simples. Foto Anna Campos



Foto 4.Instalações da Quinta das Pereirinhas. Foto Anna Campos



Foto 5.Sala receção Quinta das Pereirinhas. Foto Anna Campos.



Foto 6.Vinha Quinta das Pereirinhas em Bardo ascendente. Foto Anna Campos



Foto 7. cuba de inox, Quinta das Pereirinhas. Foto Anna Campos



Foto 8. engarrafador Quinta das Pereirinhas. Foto Anna Campos



Foto 9. instalações Quinta da Cheira. Foto Carlos Machado.



Foto 10.interior instalações da Quinta da Cheira. Foto Carlos Machado.



Foto 11.vindima Quinta da Cheira. Foto Carlos Machado.